1441

طبقات البرمجة للقيم في القرآن



وملحق لمسارات بعض القيم القرآنية

www.Qeam.net www.zumord.net

شــــركة القيم الإنسانية للاستشارات الاجتمـــاعية

زهير منصور المزيدي

القيم الإنسانية للاستشارات الاجتماعية

1441/5/6

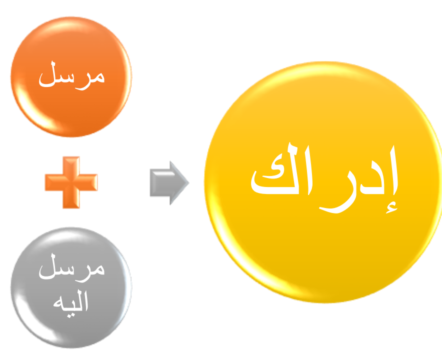
بسم الله الرحمن الرحيم

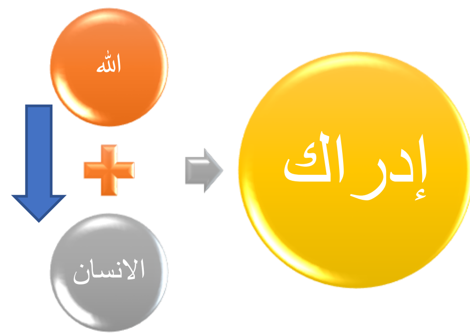
تقديم

عبر ما خضناه من مسار نتعرف فيه على أساليب التأثير على السلوك، ولكوني محكم دولي لجوائز الإعلان العالمية في الولايات المتحدة الامريكية وبريطانيا وبعض دول العالم العربي، غير أن كتاب الله شدني لأن أدلو بدلوي عبر ما تضمنه من مضمون،

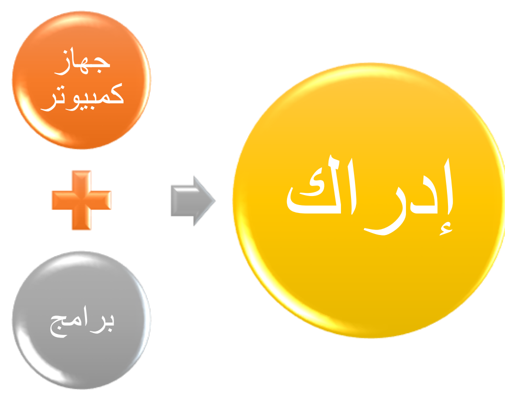
ما يلي نستعرض الذي توصلنا إليه من أدوات في البرمجة عبر صناعة التأثير كي نتعرف على مسار صناعة التأثير في كتاب الله – القرآن الكريم - ، وقد اخترنا القيم، كمسار في بعض من الآليات التي استخدمت في القرآن الكريم حيال عمليات البرمجة، فعملية البرمجة للقيم في القرآن الكريم - وفق ما توصلنا إليه - اعتمدت أسلوب الطبقات، (m.l.p.a) a multi-layer programing approach , ، فكان ما يلي:

ذلك إن أركان العملية الاتصالية قائمة على عناصر وهي، المرسل والرسالة وأداة التواصل والمرسل إليه، وإن إدراك مضمون الرسالة هو الهدف المنشود من ذلك.

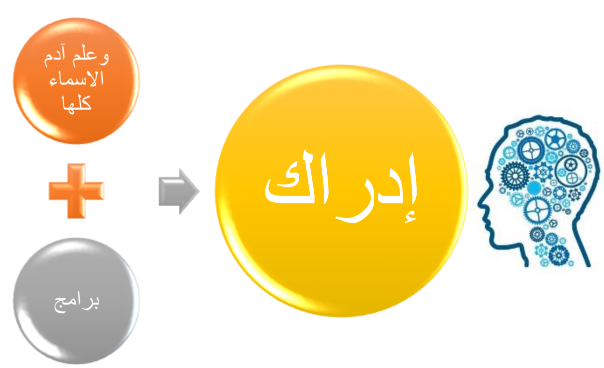




فالإنسان عندما صنع جهاز الكمبيوتر، جعل له برامج كي يصبح قادر على (الاداء) وإلا فلا فائدة منه!



فعبر (علم آدم الأسماء كلها) يمكن أن نقول أنها بمثابة برمجة للدماغ كي يتمكن من عملية الادراك لمضمون الرسالة



إن البرمجة في القرآن تتكون من عده طبقات وجميعها تتم (وفق رزمة) مع كل قيمه، وهذه الطبقات (الرزمة) تتنوع أدواتها لتشمل:

١- برمجه مسار القيمة.

٢- محور السورة الرئيس.

٣- برمجه للموضوع الواحد (المتضمن من مجموعه متنوعة من مشارب متعددة من القيم).

٤- برمجه للموضوعات الخاصة بالسورة الواحدة.

٥- ثمة علاقة (ظاهره) في البرمجة يمكن ادراكها على نطاق السورة، وثمة برمجه تتم مستهدفه العقل الباطن تتم وفق علاقة تحتاج الي (تحليل وربط واعاده تركيب) فيما بين اكثر من سوره أو ما بين اكثر من عنصر أو موضوع.

- ❖ أما الخيط الجامع فيما بين كافة كلمات وموضوعات وسور القرآن فهو اسم الجلالة وصفاته.

6- قوافي لقطات الصور (طالع كتابنا: حركة الكامرة في القصص القرآني).

7- برمجه عبر طبقه المشاعر ما بين (فرحه وأمل وإشفاق وخوف ،،).

8- برمجه عبر طبقه المنطق.

9- برمجه عبر استثاره الحواس، فالترتيل وقواعد المد والإدغام يستثير السمع، وماء كالمهل يشوي الوجوه يستثير اللمس وهكذا.

10- برمجه عبر ضرب الأمثال لتقريب المعنى.

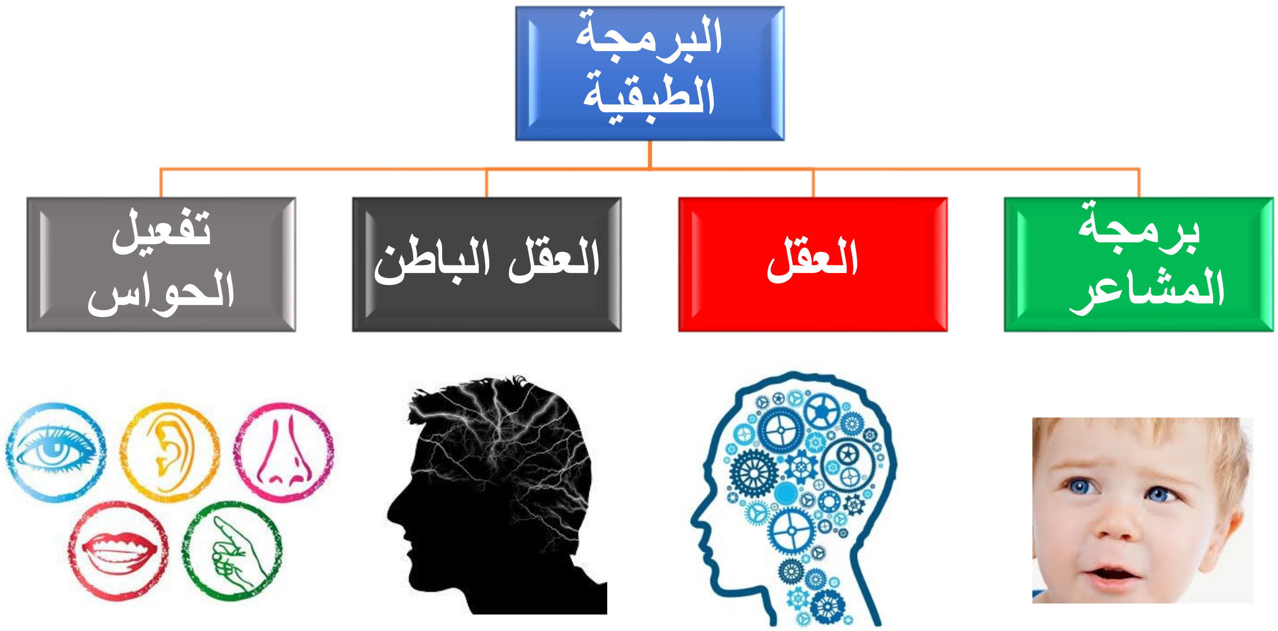
11- برمجه عبر تعاطي كافه التخصصات ومجالات العلوم (كالطب، والفن، والادب، والكيمياء، والطبيعة، والقانون ،،،).

12- البرمجة عبر (المضمون مع السياق)، السياق الذي يدركه من يملك قدره التقاط المعني الدقيقة، لأنها تحتاج للتعمق في معاني كل كلمة وحرف.

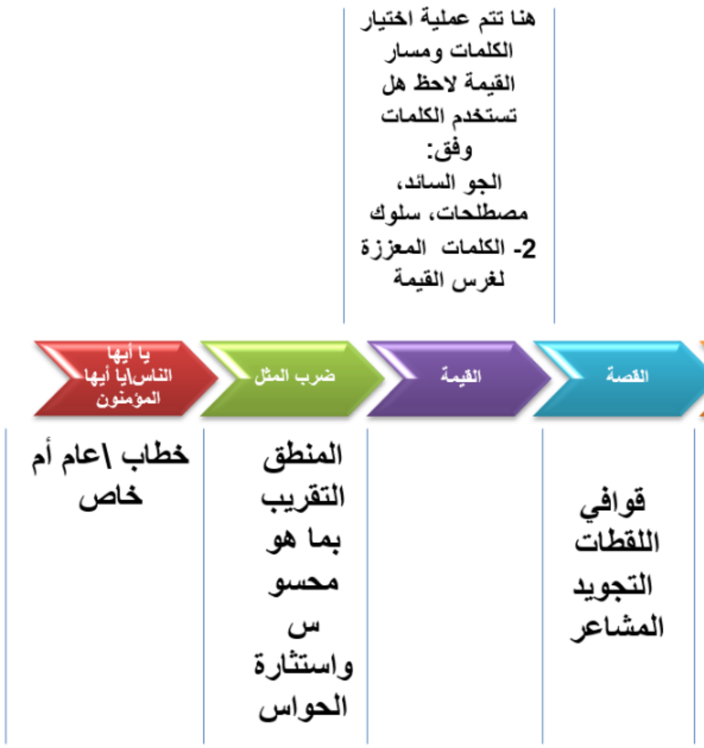
13- البرمجة عبر طبقة البيان والنظم.

14- البرمجة عبر (القصة).

15- البرمجة عبر أسلوبي الترغيب والترهيب.

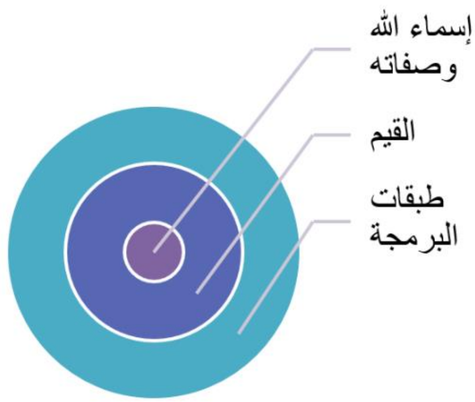


الشكل العام في برمجة الرسالة



يضاف الى ذلك أنه ثمة 15 طبقة من البرمجيات التي تتعرض اليها كل قيمة وهو ما نطلق عليه مصطلح " البرمجة الطبقية" للقيمة أو "الرسالة" .

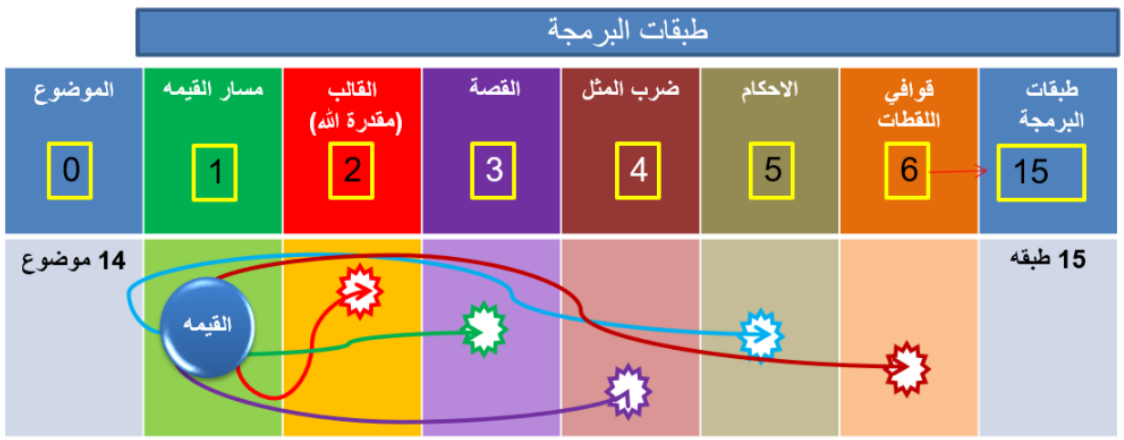
رسم توظيحي للخطاب





خارطة برمجة "القيم"

خارطة مستوحاة من القرآن الكريم

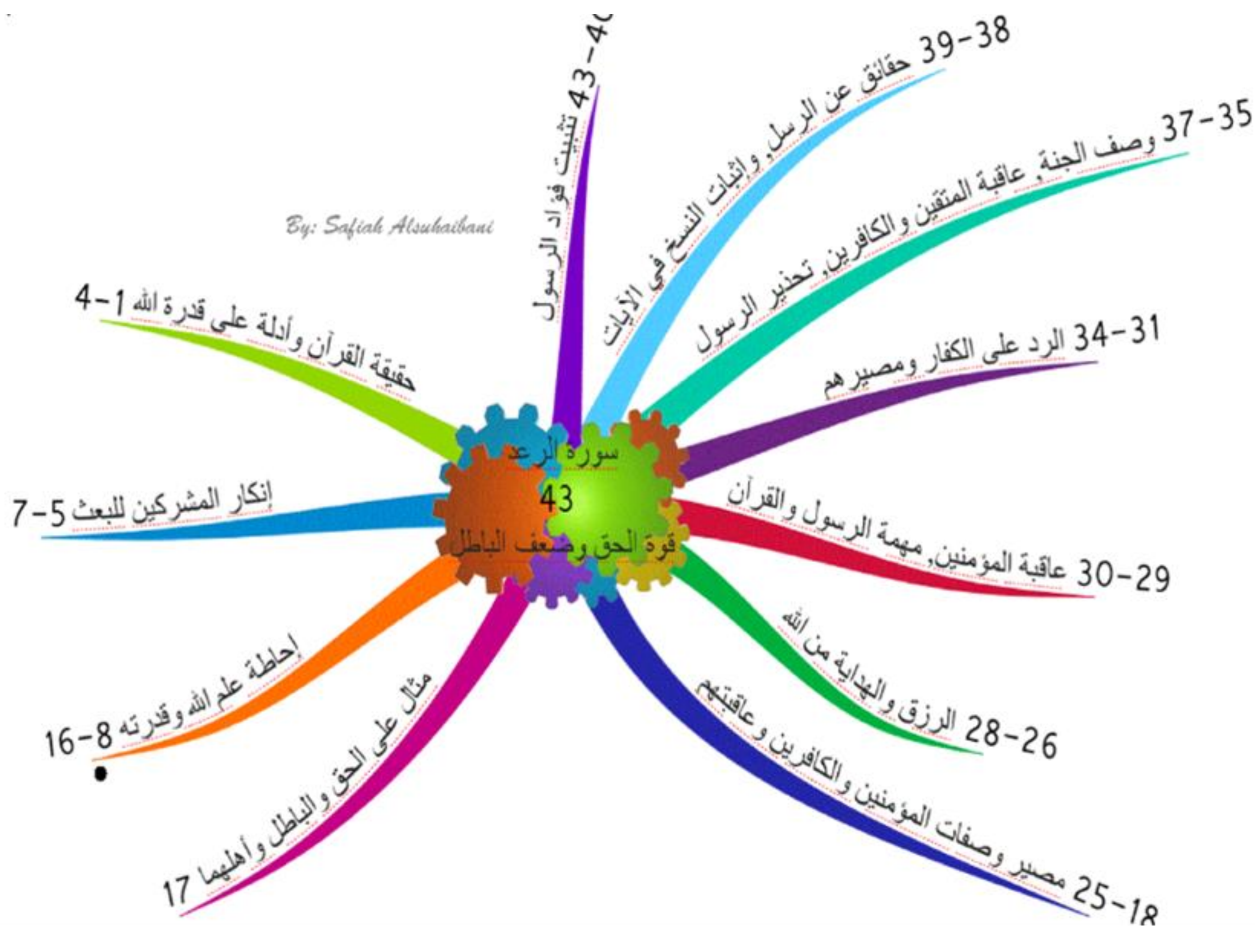


فحيال موضوعات القرآن الكريم، ثمة في القرآن الكريم 14 موضوع وفق ما قسمها العلماء، وهذه الموضوعات تتنوع لتضم التالي:

1. **الإيمان**
2. **العلم**
3. **الأمم السابقة**
4. **السيرة**
5. **القرآن**
6. **الأخلاق والآداب**
7. **العبادات**
8. **الأشربة والأطعمة**
9. **اللباس والزينة**

10. **الأحوال الشخصية**
11. **المعاملات**
12. **الأقضية والأحكام**
13. **الجنايات**
14. **الجهاد**

وثمة خرائط ذهنية لكل سورة في مثل:

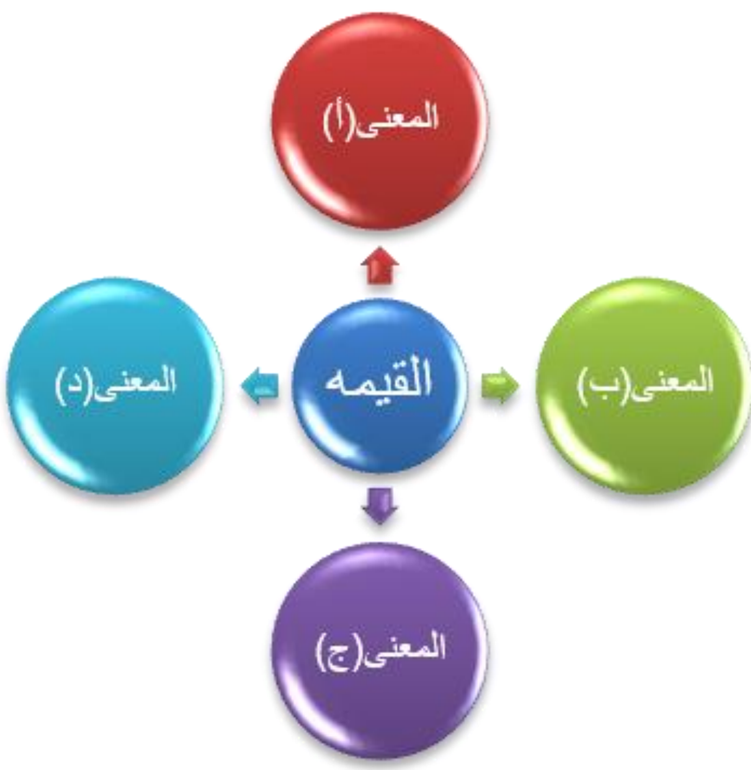


الأخلاق والآداب:

تتعدد القيم ضمن هذا المحور

ليبرز السؤال، هل الدعوة للامتثال للقيمة في القرآن تتم بشكل خطي (مباشر) أم لا خطي (غير مباشر)، أم مزيج بين الاثنين معا؟

لقد لاحظنا أن أولى الخطوات في برمجة القيمة في القرآن الكريم يكمن في تحديد مسار للقيمة.





مسار قيمة نبذ الكذب

وسياقات القيمة تتلون ضمن" القوالب "على تنوعها:

- **العقاب في الدنيا**
- الاستدراج
- قطع الدابر
- الطبع على القلب
- صرف الآيات
- اتخاذ سبيل الغي
- **العقاب في الآخرة:**
- إحباط العمل

- اسوداد الوجوه ...الخ
- نماذج لأقوام كذبت وعقابهم الدنيوي

مفهوم الكذب:

- الاستهزاء
- عدم تفعيل الحواس
- العمي
- عم الإحاطة العلمية
- الغفلة
- الاستكبار
- اتباع الهوى
- ظلم النفس

المكرر من معاني الكلمات في "نبذ الكذب":

- الآيات
- التبيان
- الاستكبار
- الاستهزاء
- ظلم النفس
- عدم الإحاطة العلمية
- عدم تفعيل الحواس
- نماذج لعقوبة أقوام خلت

ومع (الظن) نجد المسار التالي:



مسار قيمة نبذ الظن

ثمة قوالب عدة يتم عبرها التعزيز للقيم وقد اخترنا منها كمثال (مقدرة الله) ، مع ملاحظة الخريطة الذهنية لموضوعات سورة التالية لتتبين نموذج ذلك



وما نعنيه (بالقالب) هو الإطار العام الذي من خلاله يتم ايصال المعنى، فالقصة تعتبر قالب وهي تحمل مضمونا يعبر عن قيم أو معلومات ومقاصد.

اما (طبقات البرمجة) فهي معنيه بالأسلوب وما يتم انتقاؤه من كلمات كما انه السياق وهو الشكل الذي تريد من خلاله أن تبرمج الدماغ عبر الحواس، والتأثير على العقل، والقلب عبر ما يسميه العلماء بالترغيب والترهيب مثلا.



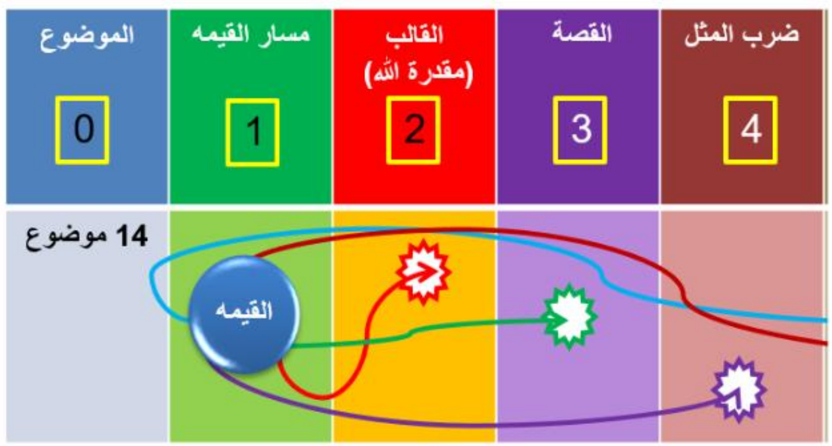
و(نحن نقص عليك أحسن القص)، عبر قصص الانبياء، والاقوام السابقة، والملائكة وتاريخ ومستقبل الكون كله، يستعرضه رب العالمين، ليس للتسلية ولا لحلية أسلوب، بل، هي وقفات تأمل وغرس مستمر للقيم.

أما قالب" القصة" فهناك ما يستوجب الوقوف عليه اذ:

- بالنسبة لخارطة (القصص)، فقد أستخدم هذا القالب في ليس أقل من (156) قصة في القرآن، وقد كان محور أساسي فيها الأنبياء، ثم الاحداث التاريخية للأقوام، ناهيك عن شخصيات تاريخية.
- هناك حوالي (15) سورة بين كبيره ومتوسطة لم تتضمن قصصا كقالب، هذا إذا علمنا أن عدد سور القرآن (114) سورة.
- لاحظنا أن هناك خارطة (القصة الواحدة، فهي إما تمضي بشكل متسلسل وفق أسلوب "خطى" في مثل قصة يوسف، أو بشكل "لا خطي" منثورة أحداثها في عدة موضوعات وسور في مثل قصة موسى عليه السلام.
- أما خارطة (القيم)، فلاحظنا، كيف أن القيمة الواحدة يتم برمجتها عبر مجموعة من الموضوعات وفق مسار مسبق الاعداد للقيمة، وأن القيمة بالرغم من انها تمضي وفق مسارا مسبق غير أنها ترتبط بعدة ارتباطات بعلاقات مع سور أخرى ومع أكثر من موضوع.
- لاحظنا أن المحور الرئيس الذي يمضي مع كافة السور هو محور (القيم) و(العقيدة) معا.
- هناك مجموعة من (الخرائط) التي هي بحاجة لاستكشاف كخارطة (الحوار \التفاهم مع الغير) وهي جامعة فيما بين (القصص الخاصة بالأنبياء، والقيم).

وبالرغم من ان القرآن، من اسمه، يعتبر نموذجا أخذ قالب الكتابة الا انه قد حوى، وهو ما يزيد في إعجازه ، قوالب عدة ، وما مؤلفنا " حركه الكامرة في القصص القرآني" الذي استعرضنا فيه قوافي لقطات الصور، إلا نموذجا يعزز لصناعة السينما والاخراج التلفازي، والابهار في القرآن الكريم حارت به عقول عمالقة اللغة والفقه والشريعة، بل وجدنا حتى من درس علم الموسيقى قد رشف منه، ولما

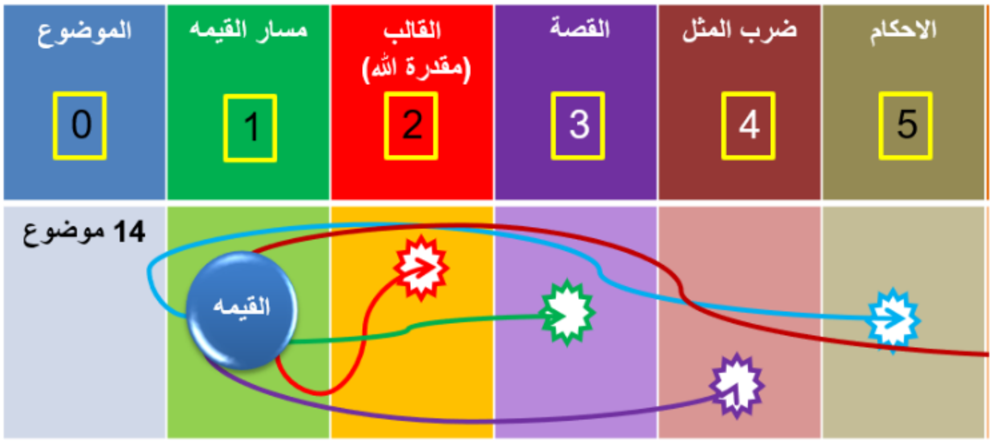
كنت ممن ألف في مجال "تفعيل القيم وممارستها" وهي مجموعة من نحو خمسين كتاباً حيث بينت من خلالها لأليات غرس القيم عبر أساليب من برمجة الحواس وغيرها من اساليب، فقد تتبعت آلية ذلك بما أدركت وفق ما جاء في كتاب الله ، فوجدت أن نموذجا فريدا من نوعه يخلع اللب ، ويبهر الزراع ، فكان وبعد التوكل على الله أن وضعته ضمن نموذج "زمرد" آملا أن يكون قابلا للاستيعاب والتشغيل ومبسط بقدر الامكان، ووفق ما توصلت إليه يمكنني أن أقول من أن النموذج القرآني في برمجة الرسالة، أو القيم الانسانية و المجتمعية تخضع لبرمجة متعددة الطبقات لا طبقة واحدة ، فمن تلك الطبقات على سبيل المثال لا الحصر



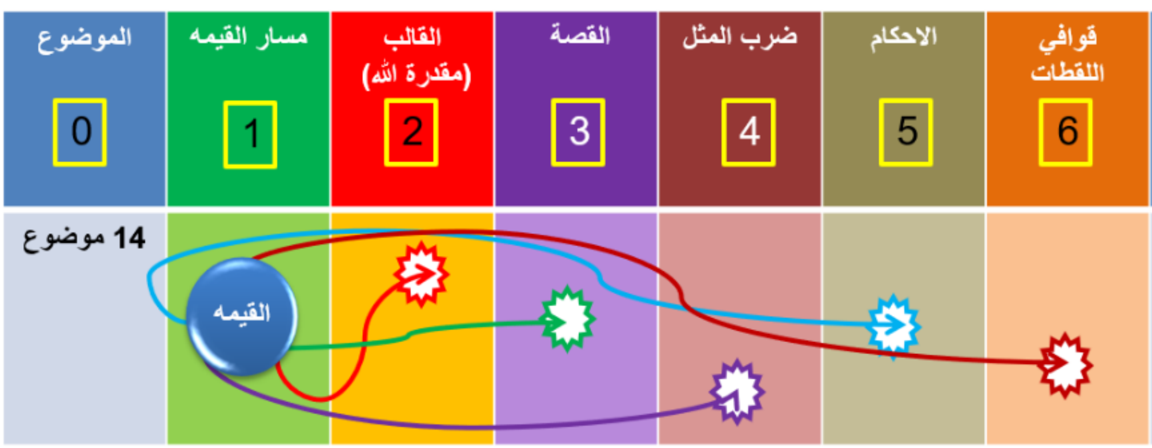
مسار البرمجة الطبقية

المثل القرآني:

فهو يعتمد مقارنة شيء بشيء آخر مدرك للجميع، يعتمد تقريب المعنى بالتشبيه تعزيزا للمفاهيم



كما ان طبيعة (الاحكام)، التي تعتمد النواهي والاوام اعتبرها كطبقة برمجية، وهي مؤشر تقاس على ضوئه درجة استجابة المتلقي للرسالة، كما تقاس درجة اعتناقه للقيم.



كما تتبعنا الايقاع الذي أتبع في التقاط الصورة في القصص القرآني فوجنا إنه يعتمد مسارات، أطلقنا عليها (قوافي اللقطات).

فالأسلوب القرآني على سبيل المثال استلهمنا منه ما يمكن أن يميز لصناعة سينمائية واعمال درامية تلفزيونية مميزه، وذلك عبر ما ثبتناه في مؤلفنا "حركة الكامرة في القصص القرآني" والذي لم يطبع حتى الآن الا باللغة التركية، والذي أجازته اللجنة

الاستشارية العليا للعمل على استكمال احكام الشريعة الاسلامية، في مؤتمرها عام 2001 في الكويت.

فهناك مثلا وعبر ما يسمى كتابة سيناريو الافلام والدراما ثلاث لقطات يستخدمها المصورون في انجاز افلامهم وهي (الصغيرة والمتوسطة والطويلة).



لقطة قريبة



لقطة متوسطة

في اللقطة القريبة:

"اذ قال يوسف لأبيه يا أبت انى رأيت أحد عشر كوكبا"

ان كلمة قال تستوجب لقطة قريبه (C.U) وليست من النوع المتوسط أو البعيد.

اللقطة المتوسطة:

"اذ قالوا ليوسف وأخوه أحب الى ابينا منا"

فكلمة قالوا لا يمكن التقاطها من خلال لقطة قريبه وأنماء لابد أن تكون متوسطة، كما أن اللقطة البعيدة لن تعبر بحق عما قالوه لبعد اللقطة .

اللقطة البعيدة:

"فلما ذهبوا به وأجمعوا أن يجعلوه في غيابة الجب"

كلمة ذهبوا تشير الى لقطة بعيده، ذلك لعدم احتوائها على ما يمكن أن نسمعه من أي منهم، بقدر ما أن المشهد يتطلب لقطة بعيده ترينا المذهب الذي ذهبوا اليه مصطحبين معهم أخوهم يوسف.

وبرمجة الصورة في القصص القرآني يتضمن أساليب عديده ثبتناها في مؤلفنا "حركة الكامرة في القصص القرآني" وهي تشمل:

1-انواع اللقطات (القريبة ، المتوسطة ، البعيدة)

2-في الانتقال من لقطة قريبه الى لقطة بعيده

3-الانتقال من مشهد الى مشهد آخر

4- في التعبير عن النقلة الزمنية

5-إيقاع استعراض اللقطات

6-التكرار ليس تكرار للمشاهد

7-اسلوب الابذار"Seeding"

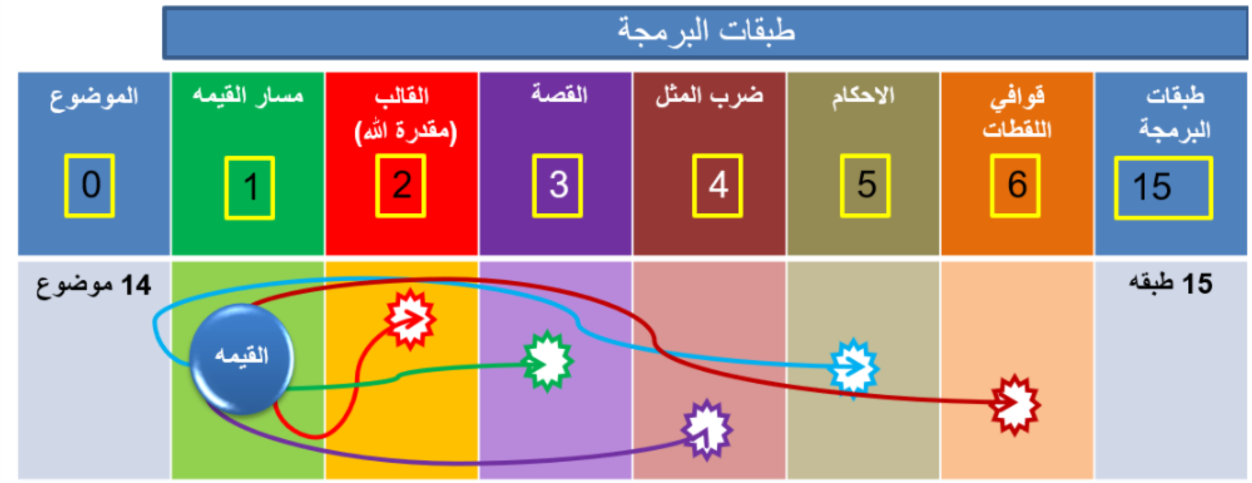
8-اسلوب التشويق

9-ختام المشهد\ المشاهد

10-ما بين الواقع والحقيقة

11-رسم الشخصية الدرامية

12-اسس لكتابة السيناريو



13- قوافي لقطات الصور

14- برمجه عبر طبقه المشاعر ما بين (فرحه وامل واشفاق وخوف ووو)

15- برمجه عبر طبقه المنطق

16- برمجه عبر استثاره الحواس، فالترتيل وقواعد المد والادغام يستثير السمع، وماء كالمهل يشوي الوجوه يستثير اللمس وهكذا

17- برمجه عبر ضرب الامثال لتقريب المعنى

18- برمجه عبر تعاطي كافه التخصصات ومجالات العلوم (الطب والفن والادب والكيمياء والطبيعة، والقانون ،،،)

19- البرمجة عبر (المضمون مع السياق)، السياق الذي يدركه من يملك قدره التقاط الموجات القصيرة

20- البرمجة عبر طبقة البيان والنظم.

21- البرمجة عبر (القصة)

22- البرمجة عبر أسلوبي الترغيب والترهيب

نموذج تطبيقي للطبقات السالفة

تسلسل	الآية	عناصر البرمجة المتعدد الطبقات (القيمة "نبذ الغيرة")
1 سورة يوسف	(اقْتُلُوا يُوسُفَ أوِ اطْرَحُوهُ أَرْضًا يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ) يوسف(9)	1. طبقة محورها عدسة قوافي اللقطات في استعراض المشهد، وهو جانب فني محض، يدركه المتخصصون في كتابة السيناريوهات السينمائية والمخرجون، فهو يعتمد كما لو كانت حركة عدسة كامرة من نوع (متوسط)، وفق عدسة متوسطة متضمنه لقطع متتابع للقطات (قريبه) سريعة فيما بين الاخوة المتآمرون على مصير يوسف(ع) 2. طبقة تتعامل مع الشق الايمن من الدماغ عبر مخزون المشاعر والعواطف التي خزنت في مشهد واحد ضمن آية واحدة جاءتنا محفوظة دون نقصان مما اعتراها من مشاعر (النبذ والحقد والغيرة)
	(اقْتُلُوا يُوسُفَ أوِ اطْرَحُوهُ أَرْضًا يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ) يوسف(9)	3.طبقة تتعامل مع الشق الايسر من الدماغ حيث (المنطق) عبر التبرير لمثل هذا الفعل المشين (يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ) 4.طبقة تعتمد البرمجة لما خُزن في العقل الباطن من صنوف من المكر المماثل الذي

		استعرضه لنا القرآن الكريم في أكثر من موضع عبر سير متنوعة للأنبياء، في مثل ما حدث مع (أهل الكهف، ومشهد موسى (ع) وهو يتسلل خائف يترقب من أمر القبض والاحضار الذي صدر عن فرعون، وحفظ الله لهم بالرغم من ما كان يحاط بهم جميعا من مكائد.
	(اقْتُلُوا يُوسُفَ أَوِ اطْرَحُوهُ أَرْضًا يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ) يوسف(9)	5.طبقة برمجة (مسار القيمة)، حيث إن القرآن الكريم يستعرض لنا عبر مواضع عديده لمجموعه من القيم كما يستعرض لمجموعه مما يجب أن نؤمن به ونعتقد، ففي هذه الآية استعراض لما يجب أن نبتعد عنه من (الحقد أو الغيرة) مع أهمية تعزيز لقيمة (المحبة) و(البر) للوالدين، أما حيال العقيدة فهنا إشارة للمكر وأن الله خير الماكرين، وأن الله هو المتصرف وهو القدير. 6.طبقة استثارة الحواس، وهو ما لا يتم إلا عبر ترتيل الآية وفق أحكام التجويد.
	(اقْتُلُوا يُوسُفَ أَوِ اطْرَحُوهُ أَرْضًا يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ) يوسف(9)	9.البرمجة التي تتم عبر طبقة سياق الآية، وهو ما يدرك عبر عمليات الربط والتحليل عبر دائرة خارج دائرة المعنى المباشر للآية، في مثل علاقة (القتل بمفهوم الصلاح) وفق مدركات إخوة يوسف وهو أمر بحاجة إلى تأمل واستلال ما يمكن الخروج منه بفوائد في مجال دراسات علم النفس مثلا (طبقة تنوع العلوم عبر تعاطي كافة التخصصات ومجالات العلوم). أما باقي طبقات البرمجة الثمان الاخرى فهي تتم عبر ذات قيمة "نبذ الغيرة" مثلما سنجدها

		في سورة "التحريم" مثلا، أو على لسان إبليس "أنا خير منه".
2 سورة البقره	{177} لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ	نلاحظ أن أحد موضوعات هذه الآية هو التوجيه حيال قيمة (الايثار)، ونلاحظ كيف تم البرمجة لهذه القيمة الخلقية: بالرغم من أن لموضوع الايثار في القرآن الكريم لم نجد له سوى موضعين إثنين، إلا أن موضع الآية رقم (177) من سورة البقره يجعلك مضطرا لتعزيز قيمة (الايثار) عبر زيارة كافة الآيات التي تناولت الاصناف المذكورة وهي **(ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ)** ما يعني التعظيم لأثر البرمجة للقيمة عبر 21 موضع آخر في القرآن يستعرض لنا تلك الصنوف. وهذا مجرد مثال واحد في البرمجة المتعددة الطبقات لمجرد قيمة واحدة.

الجانب التطبيقي "لنموذج زمرد"

- إنه من الممكن أن يكون لهذا النموذج تطبيقات لا حصر لها ومن الممكن أن تشمل فيما تشمل:

1. منهج تدريبي
2. دراسي

3. برنامج موسم ثقافي، رياضي، ترفيهي

4. معرض

5. تخطيط لمدينة

6. حملة توعوية، ترويجية، سياسية، تثقيفية

7. تحويل القيم إلى منتجات

8. نمط حياة أسره

9. مسلسل درامي \ سينمائي \ اعلان تجاري

10. منتجات الحلال، والتسويق لها.

11. جامعة، مدرسة، مجمع تجارى سكني

إنه أسلوب حياة، واقعي يؤمن ب"لتعارفوا" فهو لا يعزز للانعزال، ويؤمن بأن له دور ضمن دائرتين، دائرة بركة مكة الخاصة ودوائر بركة بيت المقدس العامة.

نستفيد من هذا في برمجه خطابنا الاعلامي كما يلي:

١- حملات التوعية المجتمعية أو في كتابه مجموعه مقالات، أو في برنامج حواري تلفازي ثقافي، أو مسلسل درامي.

٢- هذا يفرض علينا ان يكون تواصلنا مع شرائح المجتمع (كدوله) وفق خطه (شامله موحده كمظلة) فيما تريد ان تبرمج له مع عقول كل شريحة، وفق مسار يعتمد من ٣-١٠ سنوات ويطور بشكل تلقائي ودوري بما يعزز الوصول للأهداف المرجوة.

3- برمجة القوالب وصفتها (إحاطية عامة Macro) غير تفصيلية، ونعني بالقوالب مثل ، القصة ، ضرب الامثال.

4- برمجة " للقيم" وهو هنا يعتبر وفق نموذجنا "عنصر الرسالة " وصفة البرمجة هنا مركبة فيما بين (العامة والدقيقة Macro & Micro).

5- برمجة دقيقة (Micro)، في مثل ما يؤثر في رسم الصورة وما يؤثر على تشكيل المعنى عبر حاسة السمع ورسم الشخصيات وسياق الآية وكذلك التشخيص.

وهذه الانواع الثلاث تمضي وفق تسلسل السابق استعراضه وتوضيحا نبينه عبر الرسم التالي ووفق أربع مسارات:

1- مسار العقل، ويتم على سبيل التمال عبر:

أ- طبقه استثارة المنطق

ب- طبقة منن الله

ج- طبقة استحضار الصور

2- مسار العقل الباطن، مثال:

أ- يتم بشكل تلقائي عبر التراكم المعلوماتي والمعرفي كي تشكل مدركات المتلقي للرسائل وتكون أكثر وضوحا، فتنوع الاساليب في عمليات البرمجة عبر طبقات ومسارات وقوالب يعزز نقل المتلقي للرسالة من دائرة الواقع نحو دائرة الحقيقة.

ب- مشكاة أسماء الله الحسنى وصفاته.

3- مسار تفعيل الحواس، في مثل:

أ- تقريب المعنى بما يجعله قابلا للإحساس به سواء عبر حواس السمع أو البصر أو اللمس.

4- مسار تفعيل المشاعر (القلب)، ويتم عبر التأثير على مشاعر المتلقي إما عبر:

أ- الإبهاج تارة، وبالرهبة تارة و بالإشفاق تارة، وبالأمل، وهكذا (أسلوب الترغيب والترهيب).

ب- استعراض مشاعر الغير ممن ذكرت قصصهم عبر التاريخ

وعليه فإن البرمجة الطبقية تتنوع لتضم المزيج التالي:

١- البرمجة عبر رسم مسار للقيمة المراد غرسها.

٢- البرمجة عبر محور السورة الرئيس.

٣- برمجه للموضوع الواحد (المكون من مجموعه متنوعة من مشارب مختلفة من القيم).

٤- برمجه للموضوعات الخاصة بالسورة الواحدة.

٥- ثمة علاقة (ظاهره) في البرمجة يمكن ادراكها على نطاق السورة، وثمة برمجه تتم مستهدفه العقل الباطن تتم وفق علاقة تحتاج الي (تحليل وربط واعاده تركيب) فيما بين أكثر من سوره أو ما بين أكثر من عنصر أو موضوع.

6- البرمجة عبرطبقه قوافي لقطات الصور.

7- برمجه عبر طبقه المشاعر فما بين (فرحه، وأمل وإشفاق وخوف.. الخ)

8- برمجه عبر إستثاره الحواس، فالترتيل وقواعد المد والادغام يستثير السمع، و(ماء كالمهل يشوي الوجوه) يستثير اللمس، (وما تلك بيمينك) وهكذا.

9- برمجه عبر ضرب الامثال لتقريب المعنى، وتعزيزا للمفاهيم.

10- برمجه عبر تعاطي كافه التخصصات ومجالات العلوم (الطب والفن والادب والكيمياء والطبيعة، والقانون ،،،)

11- البرمجة عبر (المضمون مع السياق)، أما السياق فالذي يدركه من يملك قدره التقاط الموجات القصيرة من الرسائل.

12- البرمجة عبر طبقة البيان والنظم.

13- البرمجة عبر (القصة).

14- البرمجة عبر أسلوبي الترغيب والترهيب.

15- البرمجة عبر اختلاف القراءات، اعجاز بياني يعدد المعاني والاستدلالات الفقهية.

16 - طبقة التشخيص كأداة تصويرية - Characterize

ولتخيل مسار عمليات البرمجة " متعددة الطبقات" هذا ، هب انك بصدد غابه غنيه بالأشجار والثمار، فانك ستلاحظ ثمة صنف محدد من الثمر يطالعك مره بعد كل خمس وعشرون خطوه، وهناك صنف آخر لا يطالعك ولا يتكرر الا بعد ان تخطو ٣٠٠ خطوه، وهناك ما يتكرر بمذاقات مختلفة بعد كل عشر خطوات ، تلك هي القيم بأنواعها، وأسماء الله وصفاته ولله المثل الاعلى، هي مداد هذه القيم، فهي تدعوك للتأمل، فهذا الذي تتغير مذاقاته كل عشر خطوات، وذاك الذي لا يظهر لك الا نادرا، نعم نادرا، ولكن يدركه فقط من أوتي مساحة أرحب في التقاط رسائل الله وفق إيقاعات خفية، فيدرك ما لا يدركه الآخرون.

وعليه يمكننا أن نؤكد أن (القيم) هي الرسالة المحورية الأولى في القرآن الكريم، وعندما نقول القيم فنحن نعني كل ما هو مشتق من (مشكاة أسماء الله الحسنى)

نعم هناك ما يعزز لأهمية (القيم) كمحور وفق ما جاء بالأحاديث والآيات:

ففي الآية :(وإنك لعلى خلق عظيم)، وفي الحديث: أقربكم الي يوم القيامة أحاسنكم أخلاقا، ويقول ابن القيم من فاقك بالخلق فاقك بالدين، إذا (القيم) أضحت معيارا رئيسيا وهي ما يجعل مفتاح الخطاب الاعلامي الاسلامي هو (القيم) وليس كما هو متداول: (القصة، النظم الادبي، طبقات البرمجة) فإذا قلنا (الحج عرفه)، و(الدين المعاملة) فان (مدار الاعلام الاسلامي هو القيم) أي قضيته الأولى هي التعزيز والتبشير بالقيم، وأنَا يكون التعامل دينا ما لم يكن قيميا.

هناك حوالي من القيم ما وردت في 114 موضع في القرآن منها مكرر لاسم القيمة، **ولكن السياق والمسار مختلف،** فنبذ الكذب والدعوة الي ممارسة الصدق جاءت في سياقات منثورة في (5) مواضع على سبيل المثال، وقد تكون أكثر من ذلك.

ولاحظنا كيف أن مسار الحياة يتفق مع سياق البرمجة في القرآن فنحن إذ كنا صغارا، تمر علينا مشاهد وأحداث لا نفهمها، ثم ندرك تفسير ذلك عندما نكبر، ذلك ان عملية الابذار الأولى تتم أولا ثم تتلوها مرحلة حصاد لما تم إبذاره وزراعته، فنمط الحياة مهما تنوع، نجد أنه منسجم مع النموذج القرآني، وهو ما أكدت عليه عائشة (رض)

في وصفها للرسول بأنه" قرآن يتحرك "وهي أعلى درجات الانسجام التي من الممكن أن يكون فيما بين" القرآن ونمط حياتك"، حتى لو كان نمط حياة غربي.

لذا أكد الباحثون في جامعة كامبردج مؤخرا، من أن ثمة نموذجا للتسويق مستحدثا وجديدا سوف يجتاح العالم، وبعد بحث ميداني استغرق عام قام به فريق في الجامعة، اكد أن ملامح هذا النموذج سيكون لصالح نموذج **"تسويق الحلال"** وتجدر الاشارة في أن" تسويق الحلال" لا يعني الذبح الحلال وإنما يشمل التصنيع والتمويل والتخزين وعمليات الاستيراد والتصدير ،والترويج والاعلان ، كما إنه يشمل كافة السلع بما فيها "مستحضرات التجميل" وتأكيدهم لذلك جاء انطلاقا من حقيقة يمتاز بها الاسلام دون سائر الاديان وهو أن هذا الدين "نمط حياة " وليس مجرد طقوس.

ما الجديد الذي جئنا به حيال الخطاب القرآني؟

هل الجديد يكمن في أن (مسار القيمة) هو المحور الرئيسي الذي يأخذ بزمام البرمجة في القرآن؟ بل لعله يكمن بالتعرف على مجرد صورة واحدة من صور التعامل مع عنصر "الرسالة "، ذلك أن "المرسل إليه " وهو الانسان، و"المرسل " هو "الله" سبحانه، وحيث أن "المرسل" هو "خالق المرسل اليه" فهو يعلم تماما نوع وشكل وسياق التعامل مع "هذا الذي خلق"، لذا اذا عرفنا كيف تعامل معه" في إرسال رسالته اليه وأسلوب برمجتها، فنتعامل حينئذ "كإعلاميين " بذات "النموذج " في برمجة رسائلنا مع الشرائح المستهدفة، نكون حينئذ قد اختزلنا بلا شك الزمن وحققنا أكبر معدل ممكن في "تواصلنا" الاعلامي مع الغير.

وهذا تؤكده وبشكل منسجم آيات سورة الاعراف (وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنِّ وَالْإِنسِ ۖ لَهُمْ قُلُوبٌ لَّا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَّا يُبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَّا يَسْمَعُونَ بِهَا ۚ أُولَٰئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ ۚ أُولَٰئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ (179) وَلِلَّهِ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَىٰ فَادْعُوهُ بِهَا ۖ وَذَرُوا الَّذِينَ يُلْحِدُونَ فِي أَسْمَائِهِ ۚ سَيُجْزَوْنَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ (180))

فهنا دعوة من شقين، شق يدعو لتفعيل الحواس، ولن تصل للتفعيل الصحيح الا إذا عرفت كيف تقرأ، و(إقرأ بسم ربك) تبين لنا كيف نقرأ، والتخلق بأسمائه الحسني، بأن (نكون قيميين).

وهذا يعني ان اعجاب الوليد بن المغيرة لم يتجاوز الشكل نحو(القيم) التي هي المضمون، والذي يؤكد ذلك، محاولات العرب الفاشلة بالمجيئ بقرآن مماثل، حيث كانت محاولاتهم تركز على الشكل فحسب دون المضمون، بل ربما من الشكل كانت محاولاتهم نحو الايقاع السمعي فحسب، غير ان ابن الخطاب أدرك الاثنان معا، ويؤكد لنا ذلك ردة فعله (أمن هذا كانوا يفرون! ما أحسن هذا الكلام ما أجمله؟) ، ومع مقارنة فيما بين مقوله الخطاب ومقوله ابن المغيرة سندرك العمق الذي ادركه الخطاب.

لذا فان القرآن الكريم يتكون من:

١- مضمون (الموضوعات) ومحورها (القيم) وهي مشتقه من إسماء الله وصفاته الحسنى.

٢- سياق تعززه (طبقات البرمجة).

والانسان يؤخذ عاده بالشكل ثم يعمد الى المضمون، أو باللحن ثم يتفحص المضمون، أو بجمالية ما قدم من طعام ثم يعمد الى تذوقه كي يستكشف مضمونه.

وفي اختيار الكلمة ضمن جموع من الكلمات التي تعزز للقيمة، وهذه صفه رئيسه في الخطاب الاعلامي الاسلامي وهو ان يكون ذا هدف، وهو ما ينسجم مع (واقصد في مشيك)، لنتساءل حينها هل مقصود (المشي) ينطلق من مفهوم؟ اليس عبر كل حرف أو كلمه تخطها هو مشي ستحاسب عليه فأما الى نجاه واما الي هلاك! وهذا ما تؤكده الأحاديث، (رب كلمة لا يلقي لها الرجل بالاً تهوي به في النار سبعين خريفاً)، وكذلك (كل الناس يغدو فبائع نفسه فمعتقها أو موبقها)، والغدو هنا يتضمن ما تتلفظ به من كلمات أو تخطه يدك من مقالات أو قصص وروايات أو اخراج تلفازي وسينمائي.

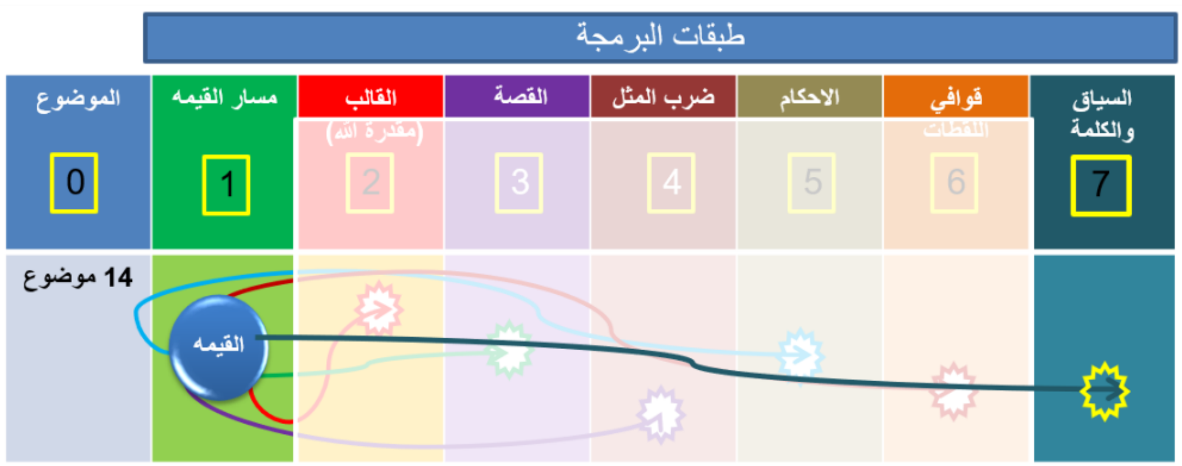
أما الكلمة فنبضها يستلهم ويشتق من ثقافه البلد الذي تقصده، وهو ما أكد عليه الخطاب القرآني فهو نراه قد اعتمد مجموعه من الكلمات غير العربيه، فبعضها ذو اصول فارسيه واخرى رومانية وهكذا، فأضحت عربيه باعتبار اعتمادها في القرآن، بل ان الامر يكون مع الالفاظ الشعبية الدارجة في مثل (وي كأن الله) الآية. وهي دعوه مبطنه لاعتماد المسح الميداني للتعرف على دقائق الثقافة الشعبية الخاصة بكل عرق

حيال استعمال الكلمات أو كذلك حيال أنماط الحياة الخاصة بهذه الثقافة، وهو ما يعزز (لتعارفوا).

فالقالب هو الإطار العام الذي من خلاله يتم ايصال المعنى، فالقصة تعتبر قالب وهي تحمل مضمونا يعبر عن قيم أو معلومات ومقاصد.

اما طبقات البرمجة فهي معنيه بالأسلوب وما يتم انتقاؤه من كلمات كما انه السياق وهو الشكل الذي تريد من خلاله ان تبرمج الدماغ عبر الحواس والتأثير على العقل والقلب عبر ما يسميه العلماء بالترغيب والترهيب مثلا.

لذا، نعم من الممكن ان يكون (مظاهر قدره الله) قالبا، والامثال قالبا، ولكن الترغيب والترهيب حيث انهما يؤثران على المشاعر فانه يعتبر طبقه من طبقات البرمجة بما يخدم العاطفة.



اتضح من بحثنا حيال الكلمات التي استعملها الانبياء في تفعيل القيم، ان لكل نبي كانت له كلماته ذات العلاقة بالقيمة ، مثال مع نبينا لوط (ع) والتأكيد على كلمه الفاحشة، بينما مع نبينا موسى (ع) نجد معه كلمات ذات علاقه بممارسة السحر (القوا، الملقين، تلقف، يأفكون، السحرة، انقلبوا، اعين الناس)، التركيز على مساله تعزيز الادراك بالعلم لذا ذهب ليتعلم على يد الخضر، وهو علم يمتزج فيه (الواقع بالحقيقة)، وليس (الواقع مع الوهم) مثل السحر، وحتى حين قال (رب أرني أنظر اليك) فهو واقع

بالحقيقة وليس مع الوهم لان الجبل قد تصدع، وجو مشاعر الخوف كان مسيطرا من قبل ولادته الى ما بعد خروجه من قصر فرعون (خائف يترقب)، خوفه من العصا ومن النار، والذي يمنح نوع من العلاقة مع الجو النفسي للسحر الذي كان هو الجو العام والسائد لامتهم في ذاك الوقت وهو ما اكد عليه الله (اني لا يخاف لدي المرسلون)، فانفض عنك الجو النفسي للمخاوف التي كانت تحاط بكم ويعزز لها فرعون عبر السحرة.

لذا انهد صرح وطوق الخوف الأول بسجود السحرة، فبمن يعزز فرعون مهابته بعد ذلك؟، وحيث انه تعرى من اهم درع فظهر ضعفه. (وما أكرهتنا عليه من السحر)، فالإكراه يعزز مساله يريدها فرعون لأنها تعزز من متانه درعه، الهالة، التي كان يحتمي بها، لذا معظم كلمات موسي وفرعون كانت تدور حول كسر هذا الطوق الذي كان يقيهم، ومهمه التعلم من الخضر تنسجم بسياسه الاحلال ، احلال الحقيقة مكان السحر، فكليهما كان له وقع المفاجئة علينا، خرق السفينة بعد ان كان فعلا غير قيمي اضحي قيميا وهو أوقع في اثره من السحر، ذلك ان السحر مبني على الوهم والايهام بينما علم الادراك مبني على مزيج من الواقع والحقيقة معا، ما يجعله اقدر على الاستيعاب والتصديق لا مجرد الادعاء.

بينما مع نبينا يوسف (ع)، نجد كلمات في مثل (أني، وأنا، وهذا أخي، أبت، اخوتي، اخوتك)، الكلمات التي تعزز الثقة بالنفس وكذلك محور السورة في التأكيد على الثقة بالله.

اذاً لكل قيمه كانت ثمة كلمات، واختيار الكلمات يتم ضمن مسارين:

١- مسار مشتق من مصطلحات السلوك الشائع.

٢- كلمات تريد التأكيد عليها لاجتثاث السلوك الشاذ واستبداله بآخر.

نلاحظ مثال ذلك مع نبينا لوط (ع):

١- الكلمات ذات العلاقة بالسلوك الشائع، أتأتون الرجال شهوة من دون النساء.

٢- الفاحشة، التقوى، الحزن، الأسى.

مع نبينا نوح (ع):

١- الكفر.

٢- ليلا ونهارا، تفيد عمليه الاستمرار وعدم الانقطاع في عمليه البرمجة، لاحظ الاحرف وتكرار حرف الراء ليعزز لذات التكرار هذا.

ومع نبينا سليمان (ع):

1- الشكر.
2- الامتنان لنعم الله.
3- معنى العطاء الحقيقي ليس بالمال.

نلاحظ الكلمات جميعها مشتق من بيئة القصور والملوك "الصرح، ممرد، قوارير، مال، منطق الطير، الاتيان من كل شيء، العلم)، ومع هذا العطاء رفيع المستوى نجد العدل والشكر والدعوة لله وتفعيل المسؤولية، فهذه هي القيمة كمسار وتلك كلماتها كأجواء، جاءت عبر ما يعيشه الملوك وليس أي ملك، وعبر تلك الأجواء.

وهنا طرح ثالث كنموذج في غرس القيمة، عبر نموذج سليمان(ع)، غرسا أكثر عمقا قد يصعب إدراكه غير الشريحة المعنية وهم الرؤساء والامراء والملوك، فاستعراض صور النعيم والمنن من الله والذي يعجز الخيال في تصوره، في مثل (قبل أن يرتد اليك طرفك) وهو ما يفوق في سرعته "الضوء" وجميع نتائج مختبرات عالمنا الحديث في مثل "قاعدة ناسا الامريكية "، تلك كانت مستويات المعيشة التي كانوا يعيشونها، وفوق ذلك كانوا يشكرون ويتعاملون بمسؤولية حتى مع الطير والحشرة.

ولك أن تقارن قصة ومستوا معيشي كهذا مع قصة ومستوا معيشة فرعون، ذلك أن قيمة نبذ السحر وقيمة نبذ التأله يتطلبان مسارا للقيمة مختلف، محوره، أجواء كانت ضمن نمط حياة فرعون:

إِنَّ فِرْعَوْنَ عَلَا فِي الْأَرْضِ وَجَعَلَ أَهْلَهَا شِيَعًا يَسْتَضْعِفُ طَائِفَةً مِّنْهُمْ يُذَبِّحُ أَبْنَاءَهُمْ وَيَسْتَحْيِي نِسَاءَهُمْ إِنَّهُ كَانَ مِنَ الْمُفْسِدِينَ القصص(4)

وَقَالَ فِرْعَوْنُ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ مَا عَلِمْتُ لَكُم مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرِي فَأَوْقِدْ لِي يَا هَامَانُ عَلَى الطِّينِ فَاجْعَل لِّي صَرْحًا لَّعَلِّي أَطَّلِعُ إِلَىٰ إِلَٰهِ مُوسَىٰ وَإِنِّي لَأَظُنُّهُ مِنَ الْكَاذِبِينَ القصص (38)

وَنَادَىٰ فِرْعَوْنُ فِي قَوْمِهِ قَالَ يَا قَوْمِ أَلَيْسَ لِي مُلْكُ مِصْرَ وَهَٰذِهِ الْأَنْهَارُ تَجْرِي مِن تَحْتِي أَفَلَا تُبْصِرُونَ الزخرف (51)

أجواء كهذه تستلزم تعاملا في مثل:

وَلَقَدْ أَخَذْنَا آلَ فِرْعَوْنَ بِالسِّنِينَ وَنَقْصٍ مِّنَ الثَّمَرَاتِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ الأعراف (130)

بينما أجواء سليمان (ع) وبلقيس، والذين كانا ملكين من ملوك الارض، لم تستخدم إلا الالفاظ التي كانت منسجمه مع أجواء السلطة والشكر وعيشة الرخاء.

فلاحظنا كيف أن القيمة يتم برمجتها عبر مسار، تتنوع سياقاته، وعبر برمجة طبقية لا خطية،

وعليه نكون بذلك توصلنا بشكل تقريبي للنموذج القرآني في تواصله مع الشريحة المستهدفة، ولاحظنا كيف ان النموذج بشكله العام، يتواصل مع الشريحة المستهدفة عبر:

١- تحديد القيمة.

٢- تحديد مسار القيمة.

٣- اختيار الكلمات وفق الاسلوب الذي بيناه.

وتتلون بناء على ذلك الكلمات وفق كل شريحة، فمع التجار يمكننا ان نتتبع الكلمات المستخدمة وإسماء الله المستخدمة في الانذار، ونهج القصص والامثال.

إنه من محضن صناعة البيان الاسلامي هذا تنطلق نظرية الاعلام الاسلامي، ذلك أن صناعة البيان أشمل وأدق من صناعة الاعلام الحديث.

فمما استعرضناه نشتق مفهوم "الاعلام الإسلامي" فهو لا يقدم شيء لمجرد تضييع الوقت، أوللقضاء على الفراغ، أو التسلية والفكاهة من اجل السخرية من الاخرين، بل حتى وان قدم التسلية فهو يقدمها بمسؤوليه وهدف بنائي، فلسنا بحاجه لان نتعلم من البرامج الغربية ما يثير الضحك والسخرية من الاخرين، ولسنا بحاجه لغرس قيم

التميع عبر مسابقات تعزز للتخنث في المظهر والسلوك مع اهم شريحه يفترض ان تكون شريحه منجزه، كالأطفال والراشدين، يعول عليها في بناء الامه.

وهذا يدعوا لأن تحتاط شريحة المعلمين في مدارسنا والمرشدين كي يعيدوا النظر في اساليبهم التواصلية مع من يستهدفون.

ذلك ان نموذجنا هذا يفرض من يتعامل معه الاستحواذ على امرين:

١- المضمون (مضمون الخطاب، عبر قرائه سليمه وصحيحه لهذا الدين، فقرائه لا تستند أو تنطلق من مشكاه أسماء الله وصفاته الحسنى قرائه منقوصة).

٢- السياق (آليه ايصال الخطاب).

وهو ما يفرض كذلك اعاده النظر في الأساليب المباشرة في الدعوة لدى شريحة الدعاة في تبليغ الدعوة، وهي اساليب ان كانت صالحه في العهود الغابرة غير انها لم تعد صالحه لعصر أصبح التواصل فيما بين البشر يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي وسيناريوهات محترفه الاعداد تغذي فيها شبكات التلفزة ودور عرض السينما، (فادع الي سبيل ربك بالحكمة) يعزز لعنصر الحكمة الذي سقط سهوا أو ربما عن قصد في تواصل الدعاة مع شرائحهم ما جعل شريحة عريضة في مجتمعاتنا تمقتهم وتمقت بالتالي هذا الدين.

كما إن اعتماد المسوح الميدانية في التعرف على ثقافات الغير، كي نحسن عمليه الدخول الي عوالمهم ونتملك قلوبهم ونتمكن من ان نخاطبهم عبر ما يدركون ويفهمون لا عبر ما ندرك ونفهم فقط، أمر لا غنى عنه، وتأمل في ظلال الآية (وما تلك بيمينك يا موسى)، ما يشير الى التعرف على انماط حياتهم كي عبرها تتحين الفرصة المناسبة للدخول في عوالمهم.

تم بحمد الله

ملحق لبعض مسارات قيم القرآن الكريم والسنة النبوية

وفق ما جاء في "دليل قيم الشفيع"

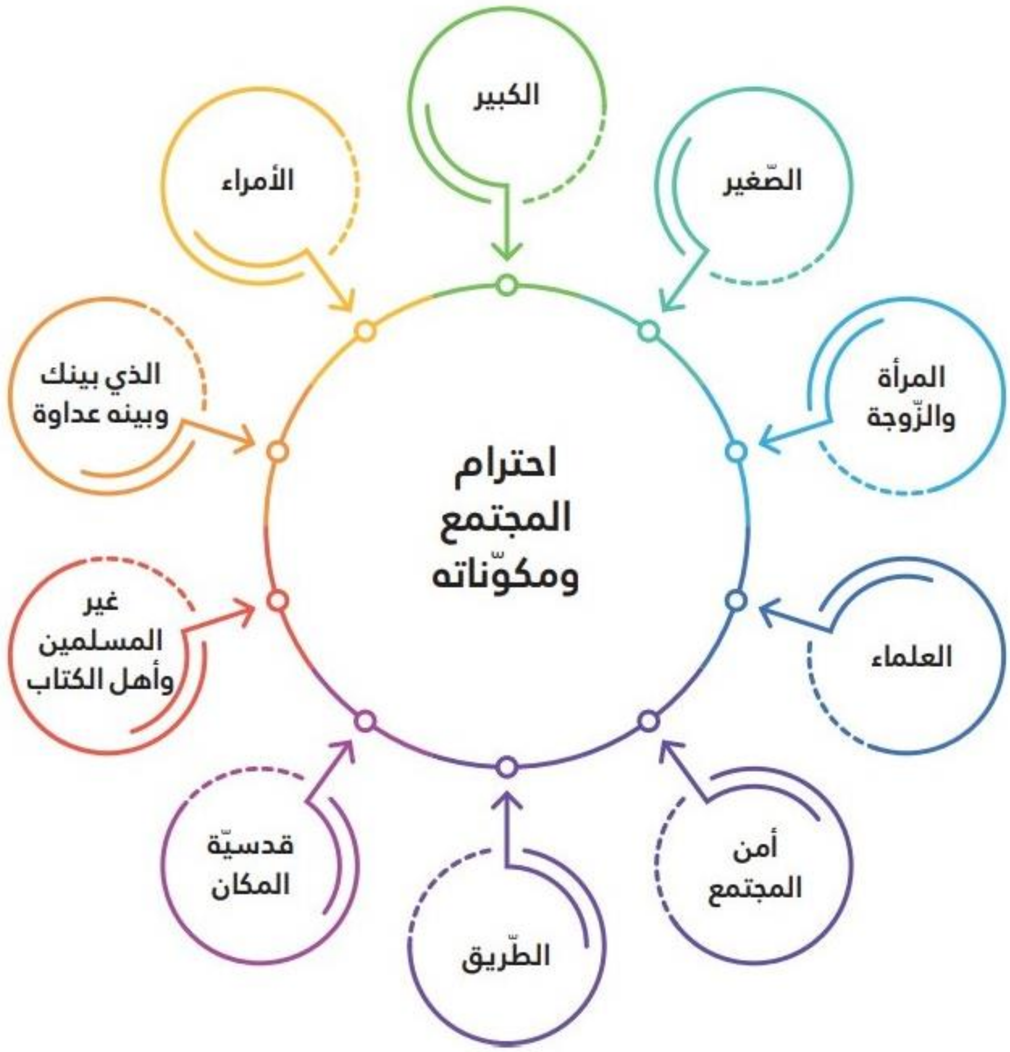
قيمة تعظيم الله تعالى



قيمة الابداع

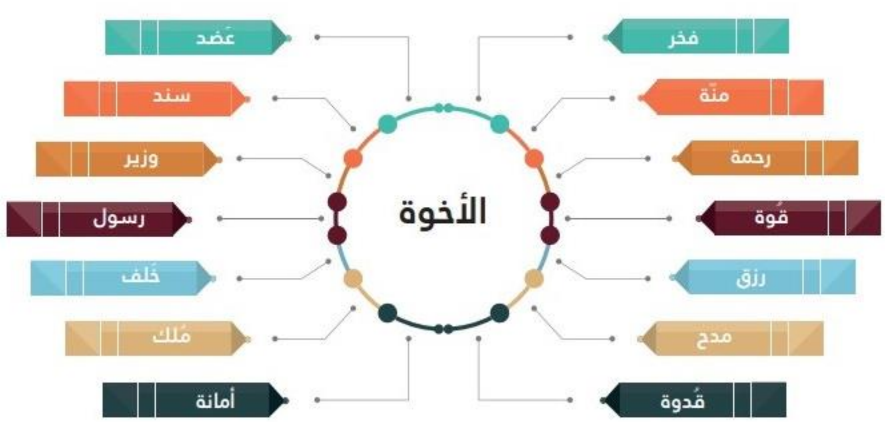


قيمة الاحترام

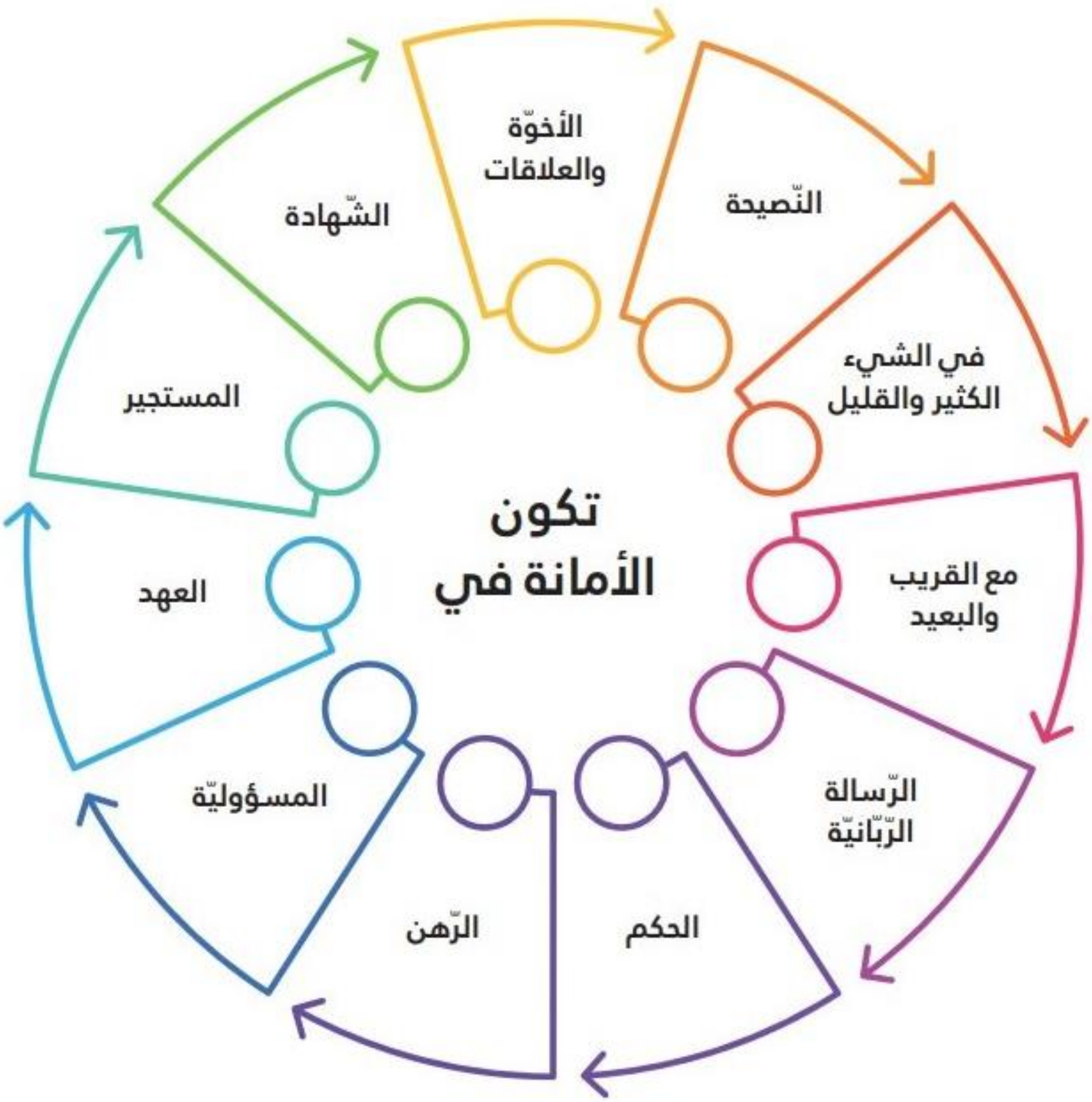


قيمة الاخوة


متطلبات الأخوة
لا تطاوعه نفسه قتل أخيه ولا أذيته
عمل ما هو صعب للمحافظة عليه
الإصلاح بين الأخوة
المشي في حاجته
الدعاء له
يشجع ولا يثبط
لا يقدم حبه على حب الله
لا يُواد من حاد الله
لا تجوز غيبته
لا تستعجل عقوبته وسامحه
يُواري سوءته
لا مانع من معاتبته
أخاطبه بتحنن


الأخوة
فخر
منّة
رحمة
قوّة
رزق
مدح
قُدوة
عَضد
سند
وزير
رسول
خَلف
مُلك
أمانة

قيمة الأمانة



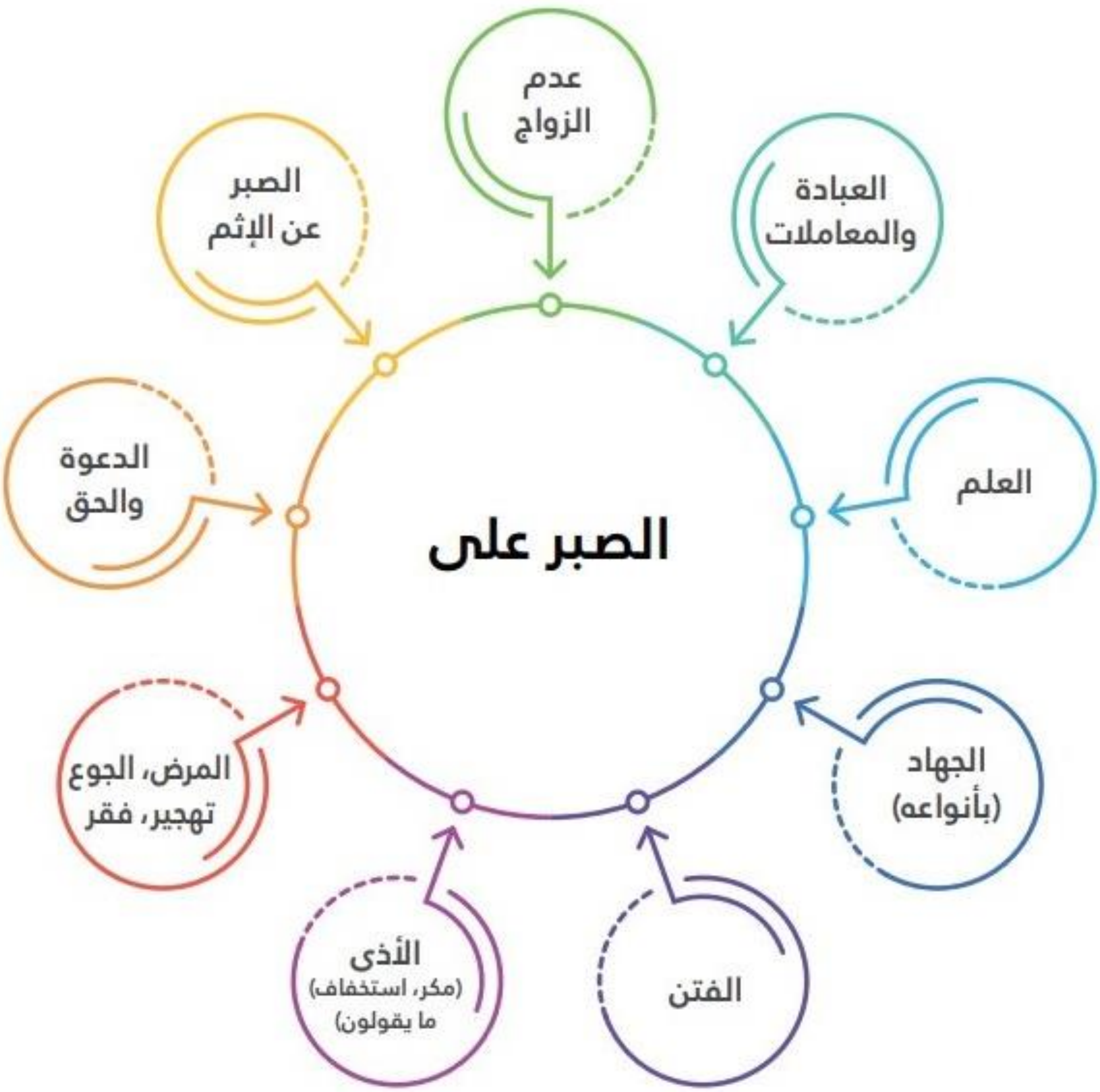
قيمة الحياء


ما ورد في القرآن عن الحياء بلفظ صريح
في حق الله
في حق الرسول
في حق البشر


الحياء يكون
من الله
من النفس
من الناس
من الملائكة

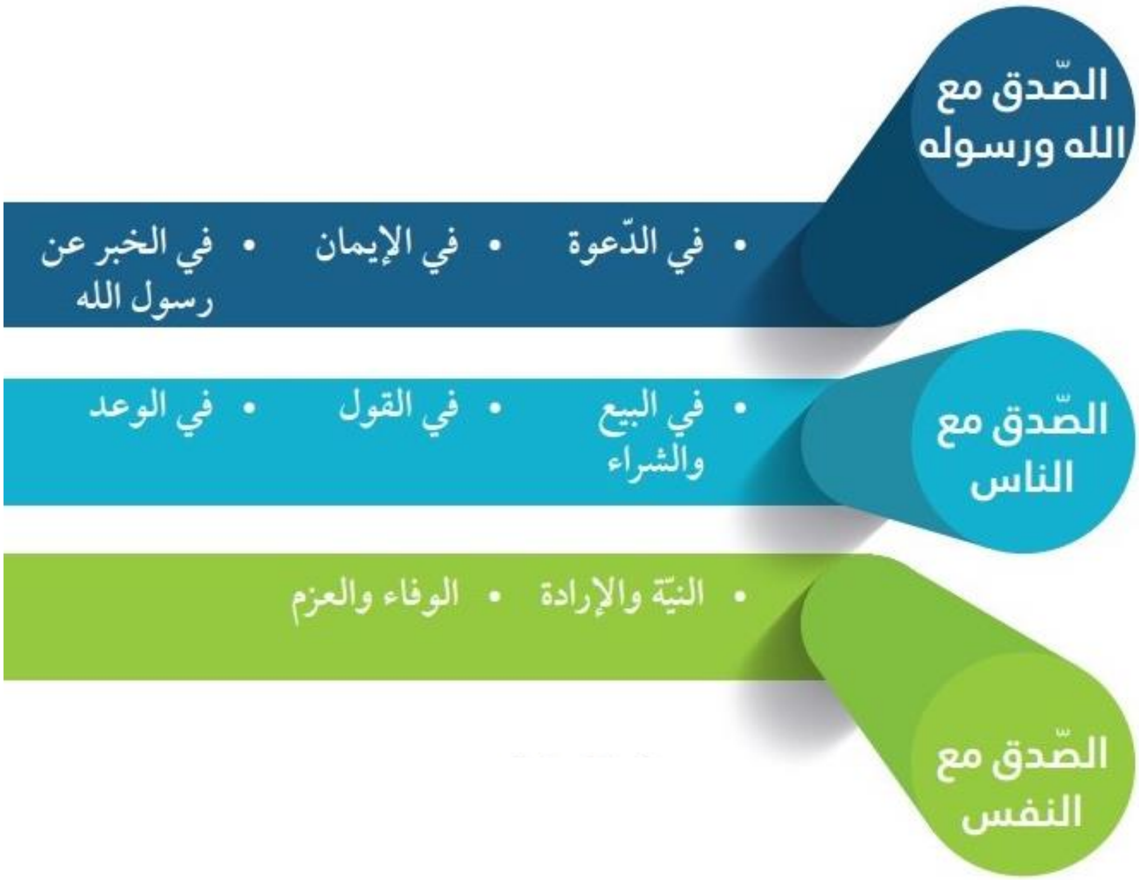

الحيـــاء
حسبما
ورد في السنة
يأتي
بالخير
شعبة
من الإيمان
صفة
سيدنا محمد
وعيسى
صفة
الصحابة
لا يصح
الحياء في
معرفة الدين
يزين
الشيء
مما أدرك
الناس من
كلام النبوة
معيار
للفصل بين
الإثم والبر
يستوي
في الرجال
والنساء
يُبنى عليه
حكم شرعي

قيمة الصبر



الصبر على
عدم الزواج
العبادة والمعاملات
العلم
الجهاد (بأنواعه)
الفتن
الأذى (مكر، استخفاف ما يقولون)
المرض، الجوع تهجير، فقر
الدعوة والحق
الصبر عن الإثم

قيمة الصدق


الصّدق مع الله ورسوله
• في الدّعوة
• في الإيمان
• في الخبر عن رسول الله
الصّدق مع الناس
• في البيع والشراء
• في القول
• في الوعد
الصّدق مع النفس
• النيّة والإرادة
• الوفاء والعزم

قيمة العطاء



عطاء الله للعباد
الزواج
المنكح
الأولاد
المطعم
المشرب
المسكن



ما أمر الله به العطاء في العبادات المالية والبدنية
الزكاة
الكفارات
النفقات في وجوه الخير
الصدقات
الصلاة
الصوم
الحج
العمرة



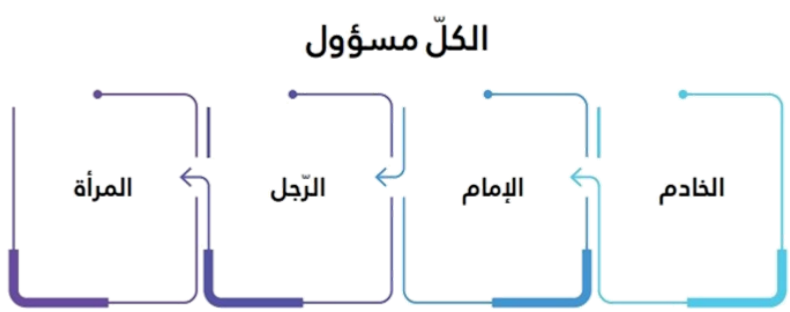
العطاء من الله لرسوله
القرآن
يرضيه في أمته
الكرامة
الخير الكثير
نهر الكوثر
النبوة


عطاء المؤمنين في الجنة
غير منقطع
تفضل الله بالجزاء
يزيد العطاء مرة بعد مرة
الحسنة بعشرة والنفقة بسبعمائة
عطاء الكفار
إن أعطاهم الله ورسوله رضوا
الجزية عن رقابهم للمسلمين
إن لم يعطهم سخطوا
يبخل وينقطع عطاؤهم
تناول الناقة فعقرها (عطاء من هو شر)
عطاء الله لسيدنا سليمان
الملك والسلطان
لا حساب عليك في عطائك
تسخير الريح
وامنع ما شئت منه ما شئت
تسخير الشياطين
فأعط من شئت ما شئت

قيمة المسؤولية







مكتبة د. زهير بن منصور المزيدي الالكترونية (حمل مجانا)









https://wp.me/p3 https://bit.ly/3f https://wp.me https://wp.me/



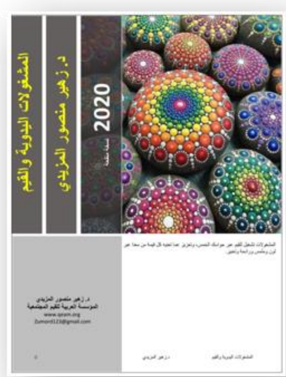




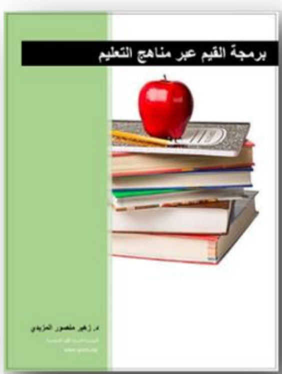


https://wp.me/p3 [وإن من شيء إلا يسبح بحمده]() https://www.musli [حركة الكامرة في القصص القرآني]()









[العلامات التجارية في التأثير]() https://wp.me/p3Ws [تفعيل القيم لرياض الأطفال]() [برمجة القيم عبر مناهج التعليم]()



نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة



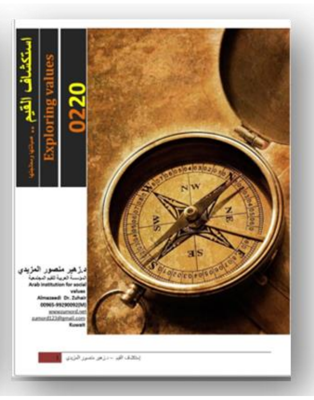
https://wp.me/p



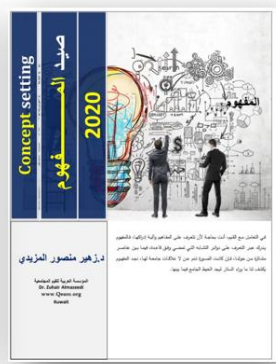
نجومية الرياضة والقيم



التفكير الاستراتيجي في



https://wp.me/p3



https://wp.me/p3



https://wp.me/p3



https://wp.me/p



https://wp.me/p3W



http://bit.ly/sinaeatal



http://bit.ly/sinaeat



https://bit.ly/2E95kfp









https://wp.me/p3 https://wp.me/ https://wp.me/p [آلية وتشكيل وصناعة]()

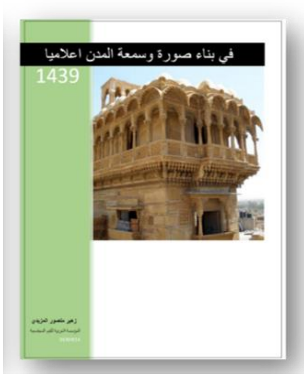


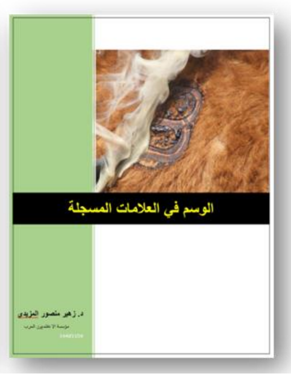




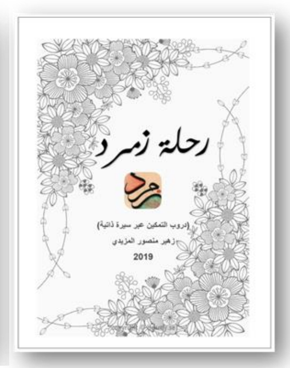


https://bit.ly/2Vl0ghP https://bit.ly/2L1sRF5 https://bit.ly/2GsAvTg

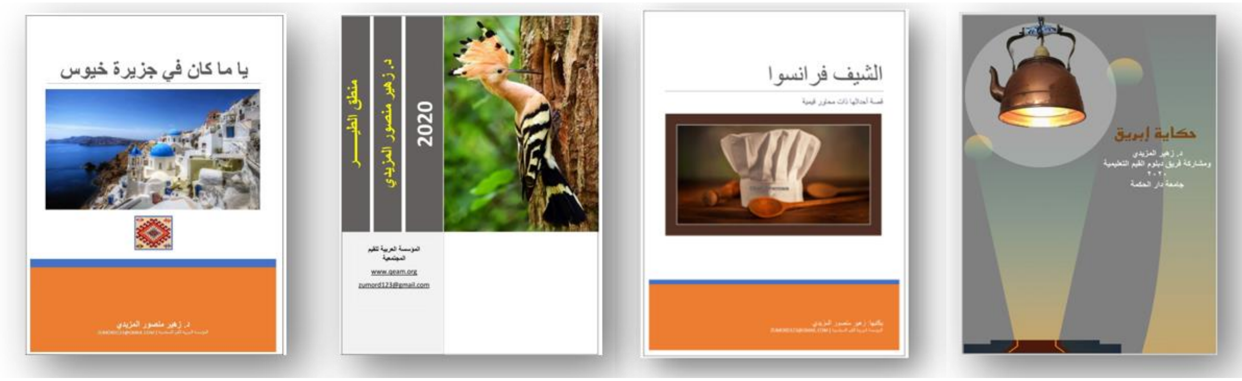








[في بناء صورة وسمعة]() https://wp.me/p3Wsk [تسويق الحلال]()



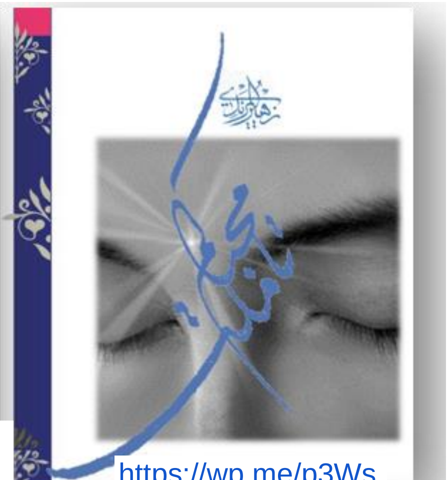
https://wp.me https://wp.me/p https://bit.ly/3



https://wp.me/p3WskZ-c1j

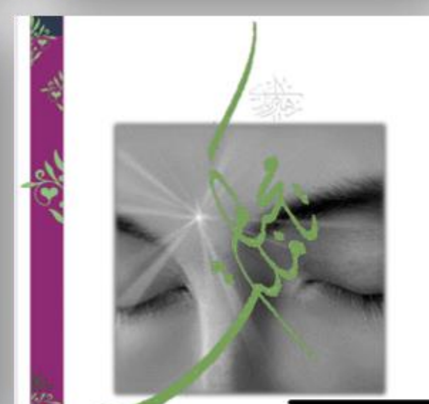


https://wp.me/p3WskZ-c1j



https://wp.me/p3Ws





https://wp.me/p3WskZ- https://www.musli



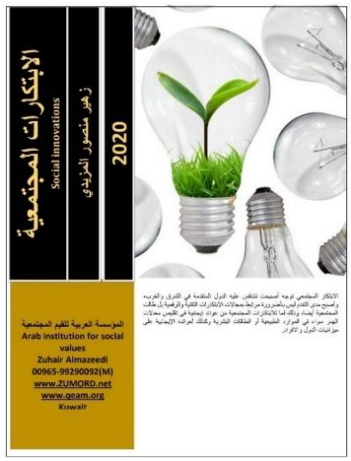


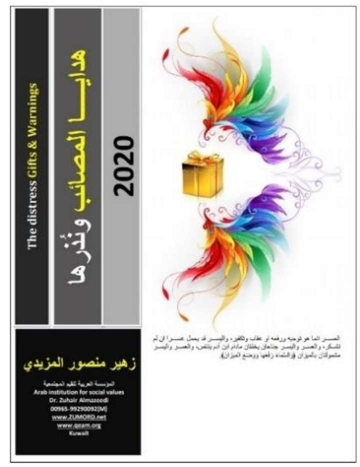

https://wp.me/p3Wsk

https://wp.me/p3Wsk

100 قاعدة فى برمجة المعلومة



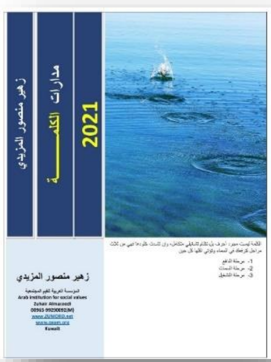




https://wp.me/p3Wsk

https://wp.me/p3Wsk

https://wp.me/p3WskZ-



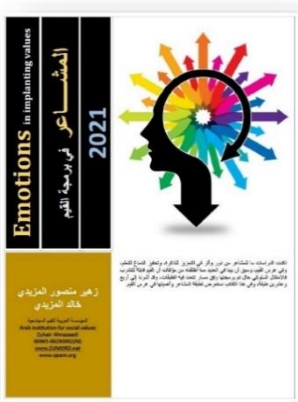




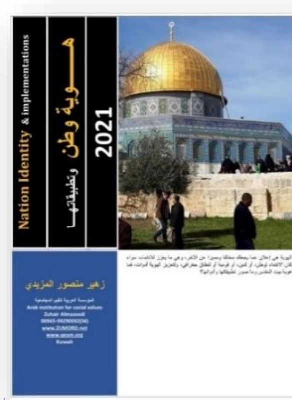
https://wp.me/p3WskZ-bQ2

عندما تتحدث الصور

https://bit.ly/3pigQuo







المشاعر في برمجة القيم (muslim-

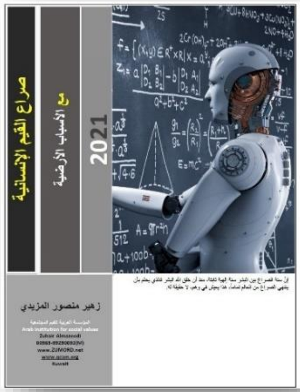
https://bit.ly/2MkLV2z

https://wp.me/p3Wsk

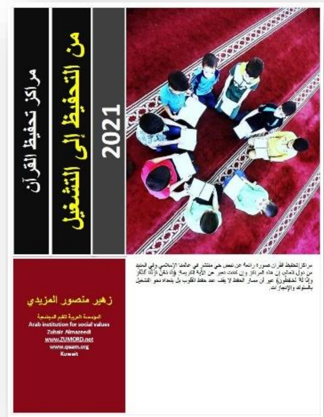




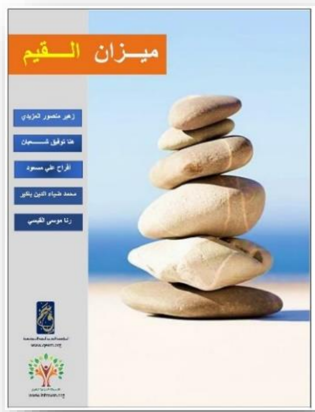
https://wp.me/p3WskZ-



https://wp.me/p3WskZ-



https://wp.me/p3WskZ-



https://wp.me/p3WskZ-



https://wp.me/p3



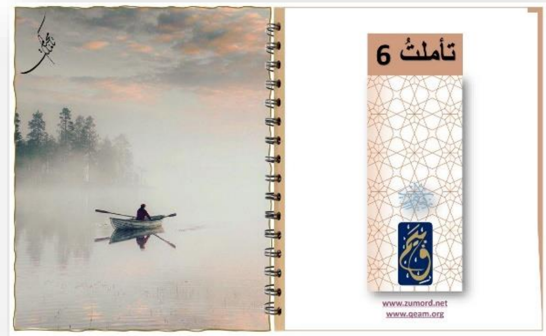
https://wp.me/p3WskZ-



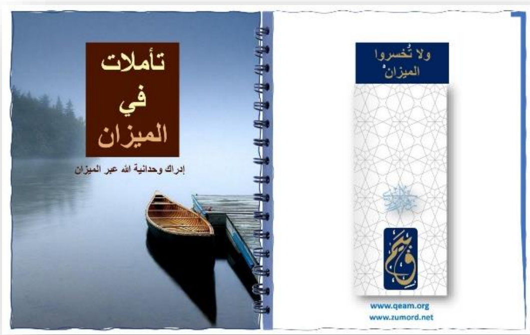
https://wp.me/p3WskZ-c1A



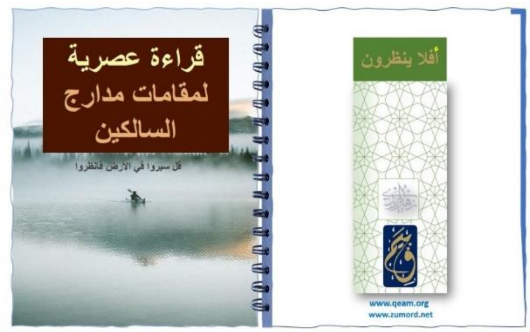
https://wp.me/p3WskZ-



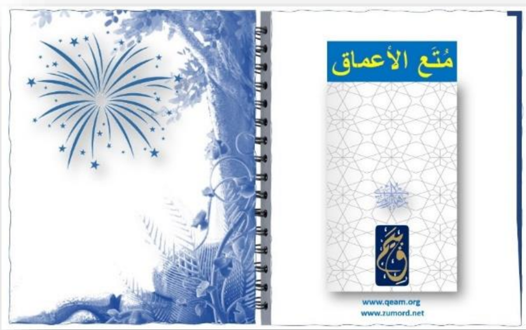
https://bit.ly/3pTG1W0



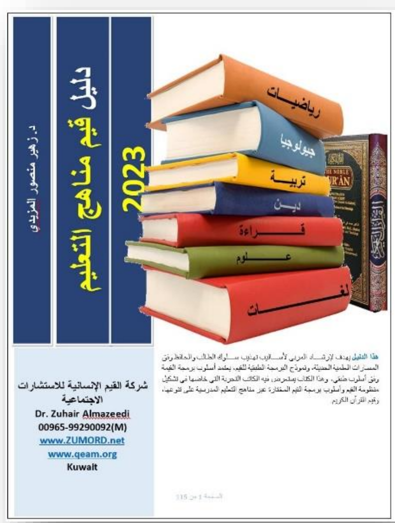
https://wp.me/p3WskZ-c92



https://wp.me/p3WskZ-c99



https://bit.ly/3TZ5SZG



https://bit.ly/3FBcZUm

ما يلي مكتبة قصص الأطفال

https://wp.me/p3WskZ-bRE

https://wp.me/p3WskZ-bRH

https://wp.me/p3WskZ-bRK

https://wp.me/p3WskZ-bRO

https://wp.me/p3WskZ-bRR



الدورات التدريبية

تسلسل	اسم الدورة	الرابط
1	تسويق الحلال	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-4/
2	ادارة نوادي القيم للأطفال واليافعين	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-mansour/
3	تفعيل القيم وممارستها	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-3/
4	تحويل القيم لمنتجات ومشاريع	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-2/

5	تخطيط وتصميم الحملات الاعلانية	https://www.tadarab.com/courses/zuhair-mansour-almazeedi
6	إدارة وصناعة رواج العلامات التجارية	https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair/

المحاضرات

	العنوان	الرابط
1	محاضرة من التحفيظ إلى التشغيل	https://youtu.be/UUf5zIvUuQ0
2	لقاء تعريفي بنموذج زمرد القيمي	قهوة تركية | د. زهير المزيدي قناة TRT العربية 10 - 06 - 2016 - YouTube
3	تعريف الاعلام والاعلان	Zuhair ALMazeedi on Alrai TV زهير المزيدي في تلفزيون الراي - Part 1 YouTube
4	الإعلانات التجارية	Zuhair ALMazeedi on Alrai TV زهير المزيدي في تلفزيون الراي Part Part2 - YouTube
5	منصة التأملات	القناة التركية ولقاء قروب تأملت - YouTube
6	محاضرة من التحفيظ إلى التشغيل	https://youtu.be/jGi8w4IDEuw

المؤلف في سطور



د. زهير منصور المز يدي

المواقع الالكترونية:

www.qeam.org

www.zumord.net

للتراسل: zumord123@gmail.com

تطبيقات APPS:

(زهير المزيدي) APP

سنوات الخبرة:

أكثر من 35 عام في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الاعلانية التجارية والقيمية التوعوية والتسويق لها على نطاق دولي.

الخبرات العملية:

1. رئيس مجلس إدارة مبرة المؤسسة العربية للقيم المجتمعية 2019-2008
2. المشرف على (دبلوم القيم) لدى جامعة دار الحكمة، المملكة العربية السعودية 2019
3. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة T.C (1985).
4. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي 1986.
5. مؤسس لشركة الرؤية والكلمة المتخصصة في الإنتاج القيمي للأفلام التلفزيونية.1991
6. مؤسس ومدير عام مؤسسة "الإعلاميون العرب " للاستشارات 2000

9.خبير إعلامي معتمد لدى غرفة تجارة وصناعة الكويت 2001.

10. محكم دولي لجوائز الإعلان القيمي لجوائز دولية في بريطانيا وأميركا والكويت

في مجال إبداع المشاريع الاجتماعية Social innovations:

1- مشــروع "غراس" للوقاية من آفة المخدرات، عبر تشــكيل مجلس بعضــوية وزارات الدولة وجمعيات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص في دولة الكويت،1999-2005، أشادت ملكة السويد بنتائج المشروع ضمن جولتها في معرض دولي بما حققه المشروع من نتائج، ولم تحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.

2- مشــروع " وقف الأرشـيف الإعلاني" للجامعة الافريقية العالمية في السـودان، لنقل خبراتنا في تدشـين وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق.2017
3- مشـــروع "ســما" ســوق منتجات الايتام، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الايتام وجعلها مراكز لموارد ماليه عوضا أن تكون مراكز للإنفاق فقط.2016
4- مشـــروع "ســمر" ســوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتقاء بالحافظ كي يكون مشـــغلا لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظا فقط، عبر برنامج أدرناه دوليا بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تمخض عن نواة لسوق للمنتجات، وعوائد ماليه يستفيد منها سكان القرى.2017
5- مشــروع (تأملت)، عبر 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنســانيةعبر وســائل التواصــل الاجتماعي بشــكل أسبوعي، والتي تمخضت عن أربعة كتب الكترونية.
6- مشروع الجامعة الخليجية المفتوحة، 1986 مؤسـسـة الكويت للتقدم العلمي، كنموذج في مجال مشـاريع تمكين القوى العاملة للانخراط في التعليم الجامعي عن بعد.
7- توقيع عشرات مذكرات التفاهم في مجال التعاون المشترك مع جامعات ومؤسسـات المجتمع المدني ومؤسسـات تعليمية على نطاق دولي، بهدف تفعيل عمليات التشـــبيك لتعزيز القيم واعتماد برامج المؤســـســـة العربية للقيم المجتمعية.

في مجال الاستشارات القيمية:

1. مستشار لمشروع "غراس"، لمكافحة المخدرات 1999 الكويت
2. مستشار مشروع "نفائس" لتعزيز العبادات 2003
3. مستشار مشروع "ركاز" الدعوي 2004
4. مستشار مبرة طريق الإيمان 2009
5. مستشار الشبكة الدولية لرعاية الايتام 2016
6. مستشار اكاديمية التدريب والقيادة، إستانبول للإدارة حملة توعوية لصالح الايتام في تركيا 2018
7. مستشار الشبكة الدولية للقيم 2020

العضوية في الجوائز الدولية:

1. عضو لجنة التحكيم جائزة الإعلان الدولية الامريكية I.A.A عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 – لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الابداع الإعلاني، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريا) الاعلانية لمجلة أراب آد Arab AD اللبنانية
5. عضو لجنة تحكيم جائز (سوبر براند) البريطانية 2010
6. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية: جمعية الإعلان الدولية - جمعية التسوق الخليجية - جمعية التسوق الأمريكية.

حيازة الجوائز والمناصب الدولية:

1. حائز على عدد من الجوائز الدولية في مجال (الإعلان القيمي) أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا - برشلونة 1992.
2. رشح لمنصب نائب رئيس مجلس إدارة فرع الكويت لجمعية الإعلان الدولية، الجمعية التابعة لأكبر منظمة إعلانية امريكية-1996
3. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان، ورئيس لجنة الاعلام المجتمعي 1999
4. قلد جائزة منتدى الاعلام العربي، للجامعة العربية، كمؤسس للصناعة الاعلانية في الكويت 2013

المؤلفات:

1. التسويق بالمسؤولية الاجتماعية 2007
2. تفعيل القيم وممارستها 2010 معتمد في (العديد من الجامعات والمؤسسات التعليمية دوليا).
3. استكشاف القيم صيانتها ومعالجتها 2010
4. حركة الكامرة في القصص القرآني 2010 (باللغة التركية)
5. مقدمة في تفعيل الحواس 2012
6. تحويل القيم إلى منتجات 2013
7. مؤشر الإدراك والقيم 2013
8. التسويق المجتمعي 2013
9. تحويل المشاعر إلى منتجات 2014
10. في استنساخ فكر العظماء 2014
11. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
12. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
13. مفهوم المسؤولية المجتمعية وممارستها 2018
14. التفكير الاستراتيجي في استهداف شرائح المجتمع2018
15. وإن كل شيء الا يسبح بحمده، 2018
16. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلاسل للنشر، تم اعتماد الكتاب كمنهج تدريسي في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1985، واعتمد كمقرر تدريسي في إحدى الجامعات الآسيوية.
17. الجامعات المفتوحة في العالم وأضواء على انشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985
18. بنك النصوص - 1994.
19. المكتب الإعلامي للتنمية -1995.
20. القوانين الاحترازية في مجالات الإعلام والإعلان في العالم 1994.
21. التسويق بالعاطفة 2006
22. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الاطفال) 2006
23. تسويق أنماط الحياة 2006
24. التسويق بالحواس الخمس 2006
25. قوة العلامات التجارية 2010، دار إنجاز للنشر، ومكتبة جرير
26. العلامات التجارية في التأثير على القيم 2013
27. تسويق الحلال 2017
28. طبقات البرمجة للقيم في القرآن 2017
29. تحويل الكتاب المقروء لمنتجات 2018
30. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
31. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
32. المشغولات اليدوية وغرس القيم 2018
33. نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة 2018
34. نجومية الرياضة والقيم 2018
35. في بناء صورة وسمعة المدن إعلاميا 2019
36. وان من شيء الا يسبح بحمده 2019
37. الوسم في العلامات المسجلة 2019
38. صناعة التكامل 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
39. التجسير صناعة. للتعايش 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
40. صناعة المسؤولية 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
41. الابداع في الرسالة الاعلانية 2019
42. اعلان واحد استوفى الاستراتيجية الاعلانية 2019
43. اعلان واحد استوفى معايير الإعلان 2019
44. رحلة زمرد 2019

45. حراك الشذوذ 2020
46. هدايا المصائب ونذرها 2020
47. تأملات فيمن احصاها 2020
48. الابتكارات المجتمعية 2020

البرامج الاذاعية والتلفزيونية:

1- 600 ساعة إذاعية مع إذاعة دولة الكويت، سلسلة توثق صناعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة.
2- استضافات عبر محطات إذاعية وتلفزيونية - قطر، دبي، وتركيا TRT

في مجال الاستشارات:

1. مستشار إعلامي لبعض مكاتب " الديوان الأميري " مكتب الشهيد - الكويت.
2. مستشار الشركة الكويتية للحاسبات 2000
3. مستشار شركة "حرف" إحدى شركات "صخر" الكويت – مصر 2000
4. مؤسس الاعلام والتسويق في بيت التمويل الكويتي. 1986-2003
5. مستشار إعلامي لبيت التمويل الكويتي التركي ،1987
6. قدم الاستشارات لقنوات تلفزيونية دولية كقناة الجزيرة 1997 في قطر، وقناة الرسالة في السعودية.
7. مستشار شركة مستشفى المواساة القابضة 2002-2004
8. مستشار "المركز العلمي " 2003، إحدى شركات مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
9. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الشرقية للاستثمار 2005
10. مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
11. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الامتياز للاستثمار 2006
12. مستشار التسويق لدى معهد الكويت للأبحاث العلمية 2007، 2009
13. مستشار مركز الكويت للتحكيم التجاري، غرفة تجارة وصناعة الكويت، 2007
14. مستشار وزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، مركز الطب الطبيعي 2009
15. مستشار بلدية إمارة عجمان، الامارات العربية المتحدة 2012
16. مستشار 2012 لمؤتمر (World forum) الجمهورية التركية
17. مستشارا للعديد من الشركات الاعلامية والوكالات الاعلانية في الكويت والخليج.
18. مستشار برنامج تحويل القيم لمنتجات لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2011
19. مستشار العلاقات الدولية لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2015
20. مستشار الشركة الكويتية للاستثمار 2019